

N.º da Medida da RCM	Descrição da Medida
1	Efetuar estudo tendo por objeto a identificação dos elementos de perceção de Portugal em mercados-alvo prioritários
2	Elaborar um programa anual contendo as ações de promoção externa – de agências públicas, associações empresariais, <i>clusters</i> e fileiras – em eventos internacionais ou em mercados prioritários
3	Desenvolver ações identificando os relevantes investidores internacionais, sejam estas entidades financeiras, grandes corporações ou <i>family offices</i>
4	Desenvolver estratégias para colocar Portugal e empresas portuguesas no radar dos relevantes investidores internacionais
5	Apoiar as empresas em processos de certificação / acreditação indispensáveis à sua integração em mercados
6	Reforçar as missões de captação de investimento, focando em especial os principais países emissores de IDE, os principais países emissores de IDE para Portugal nos últimos 5 anos, e os países com excedentes de capitais
7	Organizar missões de captação de investimento em setores estratégicos – com recurso, sempre que possível ou aplicável, aos <i>clusters</i> setoriais e empresas testemunho
8	Alargar a rede nacional de acordos de promoção e proteção de investimento e convenções para evitar a dupla tributação
9	Monitorizar a informação compilada nos relatórios internacionais sobre Portugal ( <i>Doing Business; World Economic Report</i> , entre outros), pelo impacto que têm na perceção das oportunidades de investimento no país
10	Elaborar conteúdos promocionais genéricos “prontos a utilizar” (vídeos e apresentações setoriais) direcionadas, incluindo as vantagens e incentivos – localização, logística, disponibilidade de mão-de-obra e quadros técnicos, mercados administrativos, fiscais, <i>etc</i> – relevantes para os investidores estrangeiros) para maior eficácia e articulação das ações de promoção externa
11	Elaborar conteúdos promocionais temáticos “prontos a utilizar” focados em setores em que Portugal tem vantagens competitivas, em setores prioritários para efeitos de captação de IDE (p. ex. indústria automóvel, indústria aeronáutica, tecnologias de informação e novas tecnologias de manufatura) e/ou setores de financiamento internacional

12	Detetar e contratar consultores especializados para regiões prioritárias e para setores estratégicos (exemplo, na Europa: aeroespacial; automóvel; TICs; no Golfo: captação de IDE; em África: projetos de infraestruturas de desenvolvimento com financiamento multilateral / bilateral)
13	Completar, em 2017, a rede de especialistas na captação de investimento estrangeiro (FDI Scouts) da AICEP e fazer um balanço, em 2019, da eficácia da figura
14	Aumentar a realização de missões inversas, de potenciais investidores ou importadores estrangeiros
15	Elaborar e atualizar listas de ativos, identificando oportunidades de investimento concretas, que possam ser apresentadas a investidores internacionais
16	Desenvolver ações tendentes a facilitar decisões de reinvestimento por parte de grandes empresas estrangeiras já a operar em Portugal, bem como envolve-las em ações de captação de IDE, como empresas testemunho ou de outras formas
17	Proceder, nomeadamente através do Gabinete de Apoio aos Investidores da Diáspora, ao levantamento dos empresários da Diáspora Portuguesa, bem como desenvolver mecanismos que facilitem a sua ligação com a economia nacional, nomeadamente através de encontros de investidores da diáspora
18	Desenvolver ações visando a valorização da rede de beneficiários de ARI para efeitos de captação de investimento
19	Criar novos tipos de vistos, que atraiam ou facilitem o IDE, bem como alargar e diversificar as tipologias de investimento elegíveis para concessão de ARI e promover a entrada de quadros com capacidade empreendedora e com projetos de base tecnológica, científica e inovadora
20	Reforçar a presença de <i>start-ups</i> portuguesas e projetos inovadores através de conferências e exposições internacionais, promovendo o contato com investidores e tendo em vista novas parcerias (p. ex. start-up Portugal / start-up India)
21	Promover programas de apoio à participação de <i>start-ups</i> portuguesas no âmbito da <i>Web Summit</i> , capacitando-as para uma presença de excelência através de ações de formação intensiva que visem potenciar a sua internacionalização e a atração de investimento estrangeiro
22	Atrair eventos de referência internacional com impacto económico e social em Portugal, que possibilitem a presença de PME portuguesas, que proporcionem a sua expansão e internacionalização (eventos do tipo tecnológico como a <i>Web Summit</i> )
23	Criar um fundo de capital de risco de natureza pública (fundo 200 mEUR) que participará no capital de empresas em Portugal, de raiz inovadora, numa lógica de co-investimento com outros operadores privados de capital de risco de origem internacional ou nacional
24	Atrair empresas de base tecnológica com real impacto na criação de emprego através da <i>start-up</i> Portugal, com uma estratégia orientada para atrair empresas de base tecnológica em <i>early-stage</i>

25	Elaborar estudo tendo por objeto um levantamento / <i>benchmarking</i> das atividades de apoio à internacionalização desenvolvidas por outros países (ex. Alemanha, Espanha, França, Itália, Reino Unido)
26	Realizar levantamentos continuados de obstáculos tarifários ou regulatórios no acesso a mercados estratégicos e promover, quando se justifique, juntos das autoridades competentes, diligências adequadas à sua superação
27	Incentivar o desenvolvimento por parte das entidades empresariais (confederações, associações empresariais, <i>clusters</i> e fileiras) de Estratégias Plurianuais de apoio à internacionalização por fileira/setor/produto que permitam definir um plano promocional específico do setor e adaptados aos mercados alvo selecionados;
28	Estabelecer pontos de contacto ( <i>single point of contact</i> ) nos diversos <i>clusters</i> e fileiras para facilitar a execução dos processos de internacionalização;
29	Atribuir às redes diplomática, consular e da AICEP a responsabilidade de identificação de oportunidades associadas aos projetos de países em desenvolvimento, seja no quadro do relacionamento bilateral, seja no quadro de intervenções multilaterais relevantes;
30	Criar uma rede de contactos por país para potenciar o papel da Diáspora Portuguesa enquanto veículo facilitador da entrada em mercados externos;
31	Proceder ao levantamento, em estreita articulação com as associações empresariais, <i>clusters</i> e fileiras, das necessidades de formação e capacitação de recursos humanos relacionados com o processo de internacionalização das empresas; e adequar em conformidade os programas de formação e capacitação;
32	Criar, em parceria com as associações empresariais, um programa de capacitação plurianual para empresas exportadoras e para novas exportadoras;
33	Apoiar ou estimular a criação em mercados estratégicos ou prioritários de zonas francas (p.ex., em Tânger) e/ou centros logísticos e/ou de distribuição de produtos portugueses (p.ex., em Tianjin e Guangzhou), que facilitem o acesso a novos mercados;
34	Fomentar a colocação de produtos portugueses em redes de distribuição, bem como em plataformas de vendas <i>online</i> (ex.: no sector agroalimentar) em mercados estratégicos ou prioritários;
35	Promover a criação, pela Instituição Financeira de Desenvolvimento e outras entidades ou fundos públicos, de garantias ou contragarantias para acesso das empresas portuguesas a concursos ou adjudicação de contratos no exterior;
36	Dinamizar produtos de cobertura dos riscos ligados à exportação e ao investimento em novos mercados emergentes, cuja cobertura não seja efetuada pela banca comercial (ex.: Irão e Cuba) ;
37	Melhorar o seguro de créditos à exportação para mercados fora da OCDE;

38	Promover a realização de estudos de impacto para avaliação do potencial para o comércio internacional português decorrente de Acordos de Comércio Livre existentes.
39	Promover a realização de estudos de impacto para avaliação do potencial para o comércio internacional português decorrente da celebração de novos Acordos de Comércio Livre.
40	Inserir Portugal na nova Rota da Seda (OBOR), seja na vertente marítima - aproveitando as potencialidades decorrentes do alargamento do Canal do Panamá – seja na vertente terrestre, com inserção da ligação ferroviária entre Sines e Madrid;
41	Verificar as necessidades e reforçar os recursos locais dos pontos de rede externa da AICEP em mercados estratégicos;
42	Promover, em articulação com as associações empresariais, Seminários Económicos com a presença de potenciais importadores e/ou associações de comércio, agências de apoio ao investimento, câmaras de comércio ou empresários que possibilitem informação detalhada passível de ser usada por empresas nacionais como fomento à decisão e internacionalização da sua atividade;
43	Inserir, sempre que possível, em iniciativas de promoção externa de Portugal, designadamente feiras, mostras e seminários empresariais, organizadas ou apoiadas pelo Turismo de Portugal, I. P. ou pela AICEP, E. P. E., elementos de informação e divulgação de aspetos relevantes da cultura portuguesa.
44	Promover Portugal enquanto destino preferencial de filmagem, em articulação com as <i>Film Commissions</i> , a rede diplomática e as associações e empresas do setor, em linha com a nova lei de incentivos fiscais e os Acordos de Coprodução Cinematográfica assinados e removendo os obstáculos burocráticos a essa promoção;
45	Desenvolver uma abordagem global dos mercados públicos, facilitando o acesso à informação, identificando os constrangimentos no acesso e dinamizando ações que concorram para a sua superação;
46	Estabelecer um Fundo de Fundos público de Captação de IDE que permita alavancar fundos setoriais, em regime de coinvestimento com investidores institucionais estrangeiros, públicos e privados, aumentando o IDE e disponibilizando fundos adicionais para processos de internacionalização de empresas e entidades portuguesas;
47	Celebrar Memorandos de Entendimento sobre Cooperação Empresarial Triangular com países com entidades com excedentes de capitais e/ou com Fundos públicos e para-públicos interessados em explorar oportunidades em países terceiros, maximizando o <i>network</i> político do Estado Português e o <i>network</i> empresarial das empresas portuguesas, em especial em África e na América Latina, apoiando parcerias envolvendo empresas portuguesas;
48	Influenciar a construção dos mecanismos de financiamento e as opções de investimento das entidades financiadoras (IFIs, UE) através dos postos que junto delas asseguram a representação nacional.

49	Dinamizar ações proactivas facilitadoras de acesso das empresas portuguesas às oportunidades de negócio das instituições multilaterais, através do incremento de atividades, junto das IFIs de que Portugal é membro, conduzidas pelo Governo e pelas associações empresariais;
50	Dinamizar produtos de cobertura dos riscos ligados ao financiamento pela banca portuguesa em (novos) mercados emergentes;
51	Utilizar a SOFID como instrumento privilegiado de financiamento da internacionalização de empresas portuguesas em países em desenvolvimento, continuando o trabalho de consolidação e de reorientação estratégica, materializado na sua recapitalização, capacidade de alavancagem de fundos europeus e multilaterais, redinamização dos instrumentos financeiros de que dispõe (FECOP e Investimoz) e alinhamento com as orientações do novo consenso para o desenvolvimento.
52	Apoiar a participação das empresas portuguesas em projetos a executar em países em desenvolvimento e financiados por fundos europeus (cooperação delegada, fundos fiduciários, outros instrumentos);
53	Melhorar a articulação de atuação entre o Governo, incluindo a rede diplomática, as agências públicas e as associações empresariais no que respeita a: (i) programação de seminários económicos; (ii) programação de missões empresariais; (iii) participação em feiras e outros eventos internacionais prioritários; (iv) ações de promoção externa; (v) ações de formação e capacitação;
54	Preparar planos setoriais de ação externa por <i>clusters</i> e fileiras, e planos dirigidos a mercados alvo, apoiando iniciativas concretas em projetos no âmbito do Portugal 2020 e assegurando a articulação do trabalho da AICEP, e de associações, clusters e entidades regionais;
55	Assegurar a articulação e complementaridade das iniciativas de promoção externa desenvolvidas pela rede diplomática e pela AICEP com as iniciativas promovidas pelo Turismo de Portugal e pela Cultura, bem como desenvolver estratégias conjuntas de abordagem a mercados estratégicos, para melhor aproveitamento dos recursos;
56	Articular com as companhias transportadoras aéreas que servem cidades portuguesas, como especial ênfase na TAP, eventos especiais (ex. Voos inaugurais) para potenciar missões empresariais e outras iniciativas de promoção externa de Portugal.