

## Audição Parlamentar

26 de Março de 2014

Senhor Presidente, Senhoras e Senhores Deputados,

Muito bom-dia a todos

Em nome do Conselho de Administração da Aicep, cumpre-me cumprimentar todos os presentes.

Iria então fazer uma intervenção inicial sobre a evolução do nosso comércio externo:

No ano de 2013, as exportações portuguesas de Bens e Serviços alcançaram o valor mais elevado de sempre (68,2 mil milhões de euros – 47,3 mil milhões de Bens e 20,9). Foi o primeiro ano em que Portugal teve excedente comercial (2,8 mil milhões de euros).

Desde 1996 e com excepção dos anos 2005 e 2009, as nossas exportações têm crescido sempre a um ritmo superior ao do PIB. Depois do pico da crise em 2009, as exportações têm dado um contributo positivo para o crescimento da nossa economia ao contrário do que tem sucedido com o consumo e com o investimento.

A balança tecnológica que tinha um saldo negativo de 400 milhões de euros no ano 2000, registou um saldo positivo de 318 milhões de euros em 2013.

O peso das exportações no PIB cresceu de 30% em 2009 para cerca de 40% em 2013.

Devido à difícil situação do mercado interno, as empresas têm feito um esforço de internacionalização +27% de empresas a exportar nos últimos 4 anos, segundo os dados do INE (17.773 em 2010 e 22.685 em 2012 -) e também de diversificação dos seus negócios para fora do espaço comunitário. As exportações extracomunitárias que em 1996 representam 20% do total, representam hoje 31%.

A expansão internacional das empresas portuguesas tem sido feita ao longo das últimas décadas essencialmente por 2 vias:

1. Por proximidade geográfica, o que levou a que se tenha verificado uma grande concentração das nossas exportações de Bens e Serviços nos nossos parceiros comunitários, que no final de 2013, representavam 69% do total –
2. Ou por proximidade ou afinidade cultural, nomeadamente para os países de língua portuguesa, que hoje já representam cerca de 8% do total exportado.

O processo de expansão internacional destas empresas caracterizou-se por um envolvimento progressivo nos mercados internacionais, depois de terem assegurado uma posição forte no

mercado nacional que lhes permitiu reunirem os recursos financeiros e humanos necessários para terem sucesso a nível internacional.

O processo de globalização, a facilidade de mobilidade de pessoas e bens e a revolução tecnológica que ainda hoje continua e que permite o fácil acesso à informação, levou a que as empresas portuguesas começassem a apostar em mercados emergentes mais longínquos e também que as novas empresas que hoje se criam, tenham desde logo uma perspectiva global dos seus negócios, nomeadamente as empresas de Serviços que baseiam a sua actividade na Internet.

A principal razão desta expansão internacional está relacionada com a necessidade que as empresas têm de crescer e de ganhar escala para melhor poderem competir a nível internacional e aproveitarem assim as oportunidades que os mercados externos oferecem, nomeadamente naqueles onde se verificam crescimentos mais dinâmicos.

As empresas têm que enfrentar uma concorrência crescente, que começa no nosso mercado interno. Se pensarmos que existem algumas dezenas de milhares de empresas estrangeiras que exportam para Portugal os seus bens e produtos, vemos como a pressão concorrencial começa na nossa própria casa. Quando é cada vez mais difícil competir apenas baseado no preço, as empresas apostam cada vez mais na inovação, no design, na diferenciação, nas marcas próprias e num relacionamento mais próximos dos seus clientes, que lhes permitam ter maior possibilidades de sucesso em mercados cada vez mais exigentes.

Actualmente, o nosso comércio externo de Bens e Serviços continua muito concentrado na UE, que representou no final do ano passado cerca de 69% do total exportado. A 2ª região mais importante em 2013 foi o Médio Oriente/Ásia (11,4%), seguido por África (10%), onde Angola representa 2/3 do total, depois pela América do Norte com 5,6% do total e por último pela América do Sul com 4,0%.

Os Estados Unidos que, no ano 2000, representavam 6,5% do total exportado de Bens e Serviços, viram a sua quota nas exportações portuguesas reduzida para 4,2% do total, no final de 2013.

O mercado americano tem perdido importância como destino das nossas exportações, não apenas porque surgiram novos mercados emergentes e novas oportunidades, mas também porque a valorização do euro relativamente ao dólar tem sido muito significativa. Desde o ano 2000, o euro valorizou-se cerca de 60% em relação ao dólar, afectando a competitividade dos bens e serviços das empresas portuguesas.

Se a esta valorização da moeda europeia, juntarmos as dificuldades resultantes das taxas aduaneiras que para muitos dos nossos produtos ainda são muito significativas e as barreiras não-tarifárias, nomeadamente diferenças regulamentares que dificultam o acesso das nossas empresas de serviços aos mercado americano e também as dificuldades no seu acesso aos mercados de contratação pública, compreendemos as dificuldades actuais deste mercado e as vantagens que a conclusão do acordo EU-EUA, poderia significar em termos de novas oportunidades para as nossas empresas.

Nos últimos 10 anos, um total de 10.184 empresas exportaram para os Estados Unidos. Cerca de 50% - 5.050 empresas apenas exportaram uma vez, o que prova as dificuldades de entrada no mercado americano.

No ano 2000, exportaram cerca de 3.000 empresas para os Estados Unidos e no ano passado exportaram 2.250 empresas.

Se analisarmos os nossos dois mercados mais importantes fora da Europa, o valor global das nossas relações comerciais com os Estados Unidos foi, em 2013, da ordem dos 4,7 mil milhões de euros, quando com Angola foi de 7,2 mil milhões (mais 53%).

No que se refere às nossas exportações de Bens os EUA são o nosso 6º mercado, posição muito idêntica à que ocupava no ano 2000, quando era o 5º mercado. Temos uma balança comercial positiva, uma vez que exportamos mais mercadoria do que importamos. O mesmo se passa com o comércio de Serviços.

As nossas exportações para os Estados Unidos são atípicas, porque uma só empresa representa 32% do total das exportações, vendendo produtos petrolíferos para os Estados Unidos, quando há 12 anos as suas vendas representavam apenas 9%.

Cerca de 55% é assegurado por 7 empresas e cerca de 2.200 empresas representam 10% do total, exportando cada uma menos de 1 milhão de euros por ano. Na realidade destas últimas 2.200 empresas, cerca de 1.000 empresas exportaram, em 2012 (últimos dados divulgados pelo INE), menos de 50 mil euros/anos cada uma. Perante esta realidade, um acordo que facilite o acesso ao mercado americano e que diminua os custos das empresas, só pode ser positivo para a esmagadora maioria das nossas empresas exportadoras.

A actual relação transatlântica é já hoje a parceria comercial de maior sucesso a nível mundial. De acordo com o Trade Commissioner da União Europeia, o belga Karel De Gucht, que lidera as negociações pela parte europeia, as relações bilaterais transatlânticas têm sido responsáveis pela manutenção de milhões de postos de trabalho, por biliões de euros de trocas comerciais e por triliões de euros de fluxos de investimento bilateral.

O Comissário De Gucht afirmou ainda numa recente intervenção pública que se o acordo vier a ser concretizado com sucesso na sua plenitude, representará um acréscimo de criação de

riqueza anual da ordem dos 120 biliões de euros para a União Europeia e de 90 biliões de euros para os Estados Unidos e irá criar cerca de 2 milhões de novos postos de trabalho.

Portanto, o desafio que se perspectiva com estas negociações é estabelecer as condições que tornem mais fácil o acesso aos mercados em ambos os lados do Atlântico, com o objetivo de facilitar os negócios, criar mais emprego, mais investimento e mais crescimento económico e também convergir na harmonização normativa e regulatória.

Ao longo dos últimos 60 anos, em negociações que decorreram no âmbito do GATT – General Agreement of Trade and Tariffs, que deu depois lugar, em 1995, à Organização Mundial de Comércio, a maior parte das taxas aduaneiras aplicadas à entradas de mercadorias nos mercados americano e europeu, foi bastante reduzida e hoje, em termos médios, são da ordem dos 2 a 4%.

No entanto, no que se refere aos muitos dos produtos exportados por Portugal, estas taxas ainda são muito elevadas:

- Vinhos - o facto da rolha de cortiça ter estatuto de produto alimentar implica o preenchimento de um formulário exigido pelos EUA (ISF), 48h antes da exportação, o que acarreta custos adicionais.
- Leite, em torno de 139%
- Têxteis e Vestuário em torno de 30%; Calçado em torno de 20%
- Carne em torno de 30%.
- Conservas de atum em torno de 35%; as conservas de peixe em cerca de 20%.
- Bebidas em cerca de 20%.
- Indústrias de Moldes - nos anos 1980, os EUA representavam para o setor cerca de 80% das exportações, sendo que atualmente apenas representa cerca de 2%.

Segundo alguns analistas a tarefa mais fácil nas negociações deste acordo será chegar a acordo para a redução gradual das taxas aduaneiras até à sua completa eliminação, num prazo de 7 anos.

A parte mais complexa das negociações vai ser a redução das barreiras não-tarifárias ligadas às divergências nas normas regulatórias entre a União Europeia e os Estados Unidos e a eliminação de algumas normas protecionistas como o “Buy American Act” que dificulta o acesso pelas empresas europeias aos mercados públicos dos vários Estados americanos.

Enquanto o objectivo das tarifas aduaneiras é tornar as importações menos competitivas, a finalidade das barreiras não-tarifárias é supostamente proteger os consumidores, o que as torna mais difíceis de eliminar (normas técnicas, normas de segurança alimentar, normas de supervisão financeira, normas ambientais, etc).

Portanto, o grande desafio desta negociação é eliminar as barreiras não-tarifárias que acabam por ser as mais prejudiciais para as empresas, porque aumentam os seus custos e dificultam as transações comerciais.

Temos como exemplo, o que se passa com a Indústria farmacêutica – Uma empresa europeia paga cerca de 600 mil dólares para se registar no Food and Drugs Administration nos Estados Unidos, enquanto que o registo no sistema da UE custa cerca de €10 mil.

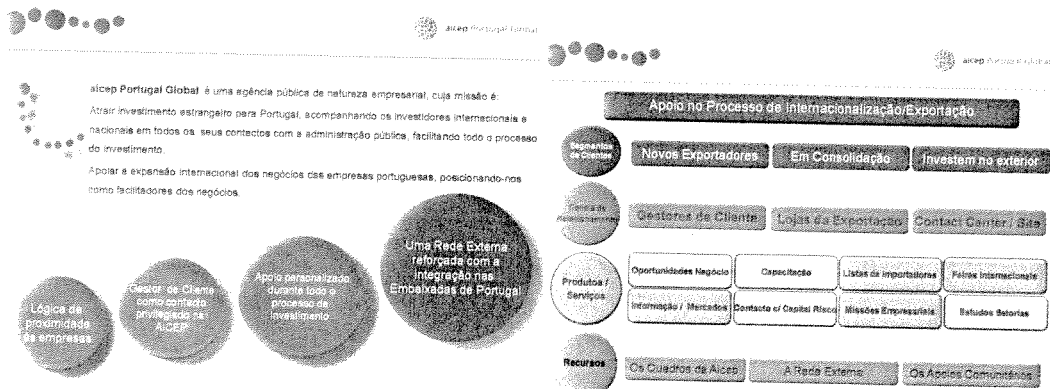
Na 4ª ronda de negociações que terminaram no passado dia 14 de Março, foram analisados mecanismos específicos para que as PME possam tirar partido deste acordo, uma vez que representam 99% do tecido empresarial dos dois blocos – mais de 20 milhões de empresas na União Europeia e cerca de 28 milhões nos EUA. São elas que empregam a maior parte da população activa na EU e nos EUA. Na União Europeia, 2 em cada 3 empregos no sector privado são assegurados por PME. Este acordo é, portanto, muito importante para Portugal, porque a maior parte das empresas que vendem produtos e serviços para os EUA são pequenas e médias empresas.

No entanto, apesar das dificuldades do mercado americano, as suas potencialidades são enormes e o número de empresas que se candidata a apoios comunitários para fazer promoção dos seus bens e serviços nos Estados Unidos é significativo.

No âmbito do quadro comunitário de apoio 2007-2013, a Aicep, enquanto organismo técnico do QREN aprovou 2.498 projectos individuais de empresas com um total de incentivo público de 339 milhões de euros (média de 135.000 por projecto) e 220 projectos conjuntos de associações com um total de incentivo público de 210 milhões de euros. Um total global de 2718 projectos aprovados com um montante de incentivo público de 549 milhões de euros.

No que se refere ao mercado dos Estados Unidos foram aprovados 887 projectos individuais com 30 milhões de euros de incentivo público e 45 projectos conjuntos em 2014 e 1º semestre de 2015 com cerca de 1,7 milhões de euros de incentivos.

### Apoio da Aicep – Proximidade às empresas- gestores de Cliente – Lojas de Exportação (2 +9 + 2)



2013

LISTAS POTENCIAIS COMPRA DOLARES - 6.120  
 OPORTUNIDADE DOS NEGÓCIOS - 7.115  
 PMD. INFORMAÇÃO - 848  
 RESPOSTAS A PERGUNTAS - 113