



Portugalglobal

2023

O DESAFIO

DA INCERTEZA

MERCADOS // ROMÉLIA

EMPRESAS // ABACO E LSI STONE



aicep Global Parques

ZALSINES

HUB LOGÍSTICO GLOBAL

Plataforma logística no cruzamento das principais rotas das cadeias logísticas da Europa, América e África



PORTO MARÍTIMO
Contíguo aos terminais



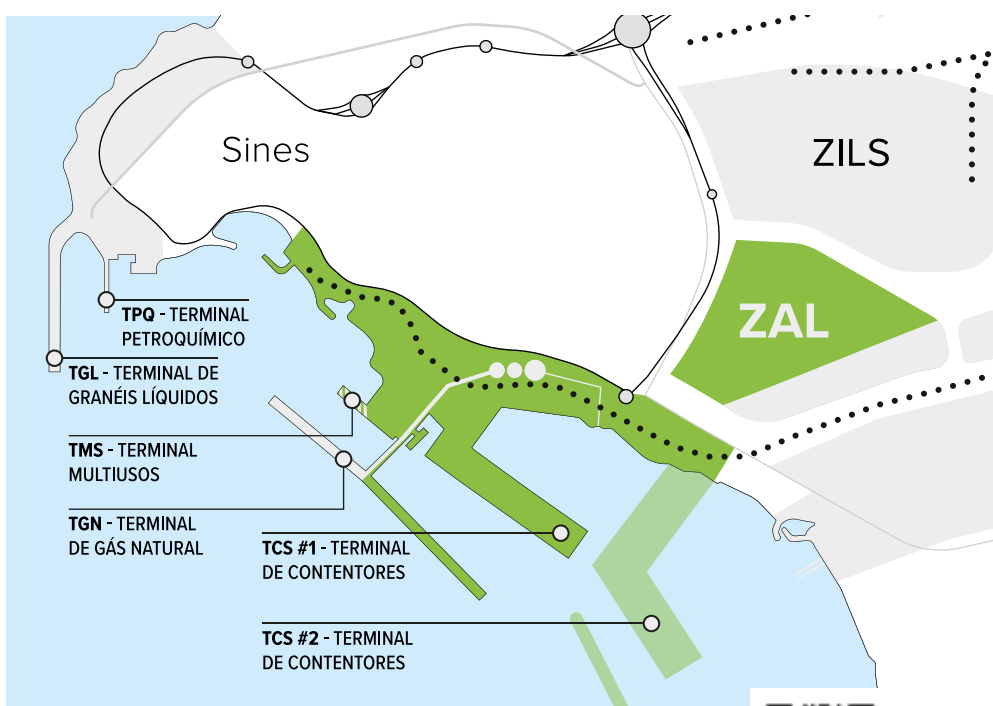
FERROVIA
Parte do corredor atlântico RTE-T



RODOVIA
Integrada na ZALSINES



AEROPORTOS
Lisboa - 159 km
Beja - 96 km



MORADA:

Edifício ZILS - Monte Feio, Apartado 168
7520-902 Sines, Portugal

TEL:

+ 351 265 701 901

EMAIL:

zils@globalparques.pt

SITE:

www.globalparques.pt



sumário



aicep Portugal Global

Portugalglobal nº161

fevereiro 2023

Destaque [6]

Perspetivas e desafios para 2023, um ano marcado pela incerteza derivada da atual conjuntura socioeconómica, marcada (ainda) pela COVID-19, pela guerra na Ucrânia, pela subida da inflação e pelo abrandamento do crescimento.

Destaque ainda para os testemunhos das associações empresariais AFIA, AIMMAP, APICCAPS, APIMA e PORTUGALFOODS.

Mercado [29]

Oportunidades de negócio para as empresas portuguesas na Roménia, mercado cuja economia enfrenta os desafios da modernização e do crescimento.

Empresas [36]

Abaco e LSI Stone.

Factos & Tendências [40]

Pela Direção de Produto da AICEP.

Notícias [44]

Tabela classificativa de países – COSEC [46]

Bookmarks [47]



Consulte [aqui](#) a Rede de Delegações da AICEP





aicep Portugal Global

2023: O ANO DE TODAS AS EXPECTATIVAS



Neste início de ano não podemos deixar de olhar para as previsões económicas e antever os desafios que se colocarão à economia e empre-

sas portuguesas. Desafios que levam a que os agentes económicos portugueses, e não só, continuem a fazer mais e melhor, a apostar na diferenciação e na diversificação da sua internacionalização.

Há que continuar a ser resilientes, enfrentando o futuro com otimismo e procurando oportunidades que possam surgir. Não esquecendo que 2023 sucede a um ano em que voltámos a bater recordes quer na exportação, quer no investimento. No final de 2022 superámos pela primeira vez os cem mil milhões de euros de exportações e a AICEP bateu o recorde de angariação de novos clientes para o País.

Na AICEP acreditamos que as empresas portuguesas estão à altura destes desafios, como

tão bem o provaram durante a pandemia COVID-19 e nestes últimos dois anos. E Portugal deve continuar a ser o “porto seguro” dos investidores, fomentando o talento, a inovação, a tecnologia e, naturalmente, a qualidade de vida e a segurança.

Nesta edição da Portugalglobal, chamamos ainda a atenção para o mercado da Roménia que, com uma localização estratégica no leste europeu e uma economia em modernização, poderá ser não só um mercado interessante para as empresas portuguesas em vários setores, mas constituir também uma alternativa ao investimento nessas geografias tendo em conta, precisamente, o conflito na Ucrânia.

Boa leitura!

LUÍS CASTRO HENRIQUES

Presidente do Conselho de Administração da AICEP

Revista Portugalglobal

portugalglobal.pt
Mensal

Redação e Publicidade

Rua de Entrecampos, 28,
Bloco B, 12º andar
1700-158 Lisboa
Tel.: +351 217 909 500

Propriedade e Edição

AICEP - Agência para o
Investimento e Comércio Externo
de Portugal
Rua Júlio Dinis, 748, 8º Dto
4050-012 Porto
Tel.: +351 226 055 300
NIFiscal 506 320 120

ERC: Registo nº 125362

Conselho de Administração

Luís Castro Henriques (presidente),

Madalena Oliveira e Silva,

Rita Araújo

Luís Rebelo de Sousa (vogais)

Diretor

Carlos Pacheco

carlos.pacheco@portugalglobal.pt

Redação

Cristina Cardoso

cristina.cardoso@portugalglobal.pt

Catarina Carvalho

ana.catarina.carvalho@portugalglobal.pt

Catarina Santos

catarina.santos@portugalglobal.pt

Fotografia e ilustração

©Pixabay, ©Unsplash, ©Freepik,

©Pexels, ©Shutterstock, Rodrigo Marques,
Joana Morgado, ©AICEP-2023.

Paginação e programação

Rodrigo Marques

rodrigo.marques@portugalglobal.pt

Joana Morgado

joana.morgado@portugalglobal.pt

Sandra Fernandes

sandra.fernandes@portugalglobal.pt

Projeto gráfico

Rodrigo Marques – aicep Portugal Global

Publicidade e secretariado

Cristina Santos

cristina.santos@portugalglobal.pt

Colaboram neste número

Deolinda Silva,

Direção de Angariação da AICEP,

Direção Comercial da AICEP,

Direção de Produto da AICEP,

Direção Internacional da COSEC,

Hélio Campos,

João Borges de Assunção,

Joaquim Carneiro,

José Couto,

Luís Onofre,

Mafalda Gramaxo.

Consulte o [Estatuto Editorial](#)

Dê mundo à sua Empresa



Conquiste novos mercados com o apoio da Equipa de Especialistas em Trade Finance.

O Millennium disponibiliza uma solução integrada de produtos e serviços de apoio à internacionalização. Trabalhar com o Millennium é ter um parceiro que o acompanhará pelo Mundo fora.

Saiba mais em millenniumbcp.pt
Banco Comercial Português, S.A.

Millennium
bcp Empresas
aqui consigo



OS DESAFIOS QUE A INCERTEZA NOS COLOCA EM 2023

Crescimento económico, inflação, dívida, juros elevados, energia mais cara, dificuldades de acesso às matérias-primas, disrupção das cadeias logísticas, alterações climáticas e atração de talento.

Os desafios que mergulham 2023 na incerteza e desafiam a resiliência das empresas. Sinalizamos os desafios, ouvimos economistas e representantes empresariais para o ajudar a enfrentar o novo ano.



O ano de 2023 começa agora a escrever os seus primeiros capítulos e há uma palavra que emerge já como forte candidata a palavra do ano: incerteza. Incerteza sobre o comportamento da economia e a extensão do seu impacto na vida das empresas e das famílias.

Daniel Roubini, economista conhecido pelas suas “profecias” catastrofistas, diz que vivemos um tempo de “mega-ameaças” destacando o baixo crescimento económico, a inflação, a dívida e as alterações climáticas como algumas dessas ameaças. A lista de incertezas que nos reserva 2023 é, de facto, “mega” incluindo os efeitos da continuação da guerra na Europa, o aumento galopante dos custos da energia, taxas de juro elevadas, dificuldades no acesso às matérias-primas, continuação da disrupção das cadeias logísticas, dificuldades de retenção e captação de talento e os riscos de recessão em vários mercados de destino das exportações portuguesas.

Previsões coincidentes do Economist Intelligence Unit e das Nações Unidas apontam para um crescimento médio da economia mundial de 1,9 por cento em 2023. Um dos crescimentos mais lentos das últimas décadas se excluirmos a recessão provocada pela crise financeira de 2008 e a recessão ocorrida no pico da pandemia.

A desaceleração económica será ainda mais visível na Europa com previsões coincidentes do BCE e da Comissão Europeia a antecipar um PIB entre os 0,3 e os 0,5 por cento expondo a Europa ao risco de recessão.

Sustentando-se em políticas públicas de apoio à economia, como o PRR – Plano de Recuperação e Resiliência, Portugal deverá, ainda assim, crescer acima da média europeia. O BCE e o Banco de Portugal antecipam um crescimento de 1,5 por cento para

Portugal. Nas suas previsões para a economia portuguesa, que apreciamos nesta edição da Portugalglobal, o NECEP - Católica Lisbon Forecasting Lab sinaliza a fragilidade das previsões e a incerteza que nos reserva 2023 admitindo um cenário que vai da recessão ao crescimento.

Esta incerteza desafia a resiliência das empresas e determinação das políticas públicas.

A braços com uma elevada fatura de energia e custos decorrentes da inflação, as empresas são convocadas a resistir melhor ou sofisticar a sua capacidade competitiva recorrendo a instrumentos que lhes permitam ser mais produtivas. Instrumentos como a alteração do seu paradigma energético, o reforço da digitalização ou automação de processos.

Cresce em Portugal o número de empresas que procuram conquistar a sua autonomia energética através da instalação de painéis solares para alimentar as atividades produtivas e reduzir a sua pegada carbónica. Apenas duas empresas concentram nos telhados ou terrenos 5 mil painéis solares, o que reflete a dimensão dos investimentos em curso. Cresce também o número de empresas a apostar na digitalização.

O ambiente regulatório e as exigências dos consumidores em matéria de sustentabilidade desafiam também as empresas a construir resiliência e estabelecem novas tendências que abrem janelas de oportunidade.

O estudo “Balancing sustainability and profitability: how business can protect people, planet and the bottom line”, do IBM Institute for



Business Value (IBV) revela que os consumidores colocam cada vez mais o tema da sustentabilidade do centro das suas decisões de compra e a Comissão Europeia acaba de aprovar uma diretiva que impõe às empresas a publicação de informações sobre o seu comportamento em matéria de sustentabilidade.

As empresas terão de comunicar de que forma o seu modelo de negócio influencia a sua sustentabilidade e como incorporam as preocupações com as alterações climáticas e direitos humanos nas suas atividades. As novas regras aplicam-se, para já, apenas às grandes empresas e às PME cotadas, mas o ambiente regulatório está estabelecido para ser alargado no futuro.

A incorporação de estratégias de sustentabilidade na atividade das

empresas deixou de ser uma opção, mas uma tendência e uma obrigação que poderá representar uma vantagem competitiva num momento em que todos competem pelos mesmos recursos.

Outro desafio que as empresas enfrentam em 2023 é a retenção e captação de talento. O Eurostat indica que, no último trimestre do ano passado, 3,1 por cento dos empregos disponíveis na zona euro ficaram por preencher. O problema poderá ser suavizado pelo abrandamento da atividade económica em 2023, mas continua a ser um problema pelo que se multiplicam estudos e artigos com recomendações para abordar o tema.

A escassez torna a oferta mais exigente. Diz a Deloitte que o novo talento *“não quer trabalhar para uma empresa qualquer, mas para aquelas*



que oferecem valores e experiências coincidentes com os seus”. Alinhada com esta ideia, a Coach Hub, empresa líder em *coaching*, sugere que as empresas desenvolvam uma marca organizacional forte comunicando claramente a sua missão, visão, valores e cultura, ajudando a criar uma perceção favorável da organização.

De acordo com a rede social LinkedIn, uma empresa com uma marca forte enquanto empregadora atrai 50 por cento mais talento qualificado e reduz os seus custos de contratação em 43 por cento.

Outras recomendações para abordar a dificuldade de atração de talento passam pela maior flexibilidade laboral conciliando as dimensões profissional e pessoal, melhorar a reputação *online* da empresa, envolver em conversas com potenciais candidatos



e anunciar cada vez mais através das redes sociais frequentadas pelos potenciais candidatos.

O estudo da Deloitte afirma que os novos candidatos exigem cada vez mais um percurso de carreira personalizado que lhes permita crescer profissionalmente. Por isso, para reter e atrair talento recomenda a criação de um centro de desenvolvimento de competências interno onde os quadros possam partilhar os seus conhecimentos com colegas e crescer através da rotação por diferentes papéis na organização.

A incerteza desafia também as empresas a apurar os seus processos e vantagens competitivas. Mais do que nunca as empresas precisam de apostar forte nas suas estratégias de diversificação para se fazer notar no mercado global e atrair a preferência dos

consumidores. Os especialistas apontam que, em momentos exigentes, as empresas devem apostar naquilo que as diferencia e a ter foco concorrendo em setores onde possam fazer a diferença.

Know-how e tradição são dois pilares da oferta nacional que tem sabido inovar e sofisticar os produtos que oferece nos mercados internacionais. Uma sofisticação que será necessário aprofundar cada vez mais, apostando em processos colaborativos de investigação e desenvolvimento tecnológico em inovação produtiva.

A pandemia introduziu, nos últimos dois anos, um fator de incerteza que prevalece. A escassez de matérias-primas, especialmente, semicondutores e cereais, e a disrupção nas cadeias logísticas que caracterizaram os últimos dois anos deverão manter-se,

segundo o relatório “Supply chain resilience report 2023” da empresa HUBS. A indústria automóvel, da aviação, médica, eletrónica, alimentação e bens de consumo serão as mais impactadas pela escassez de matérias-primas e pela disrupção nas cadeias de abastecimento este ano.

Para abordar o problema e ajudar a construir resiliência, o relatório defende um reforço da automação, reforço de *stocks*, diversificação geográfica das fontes de abastecimento, agilização dos processos internos, e monitorização mais próxima das cadeias de abastecimento.

2023 começou sob o signo da incerteza, mas os momentos de incerteza tendem a desafiar a procura de oportunidades. ●

PREVISÕES DA UNIVERSIDADE CATÓLICA PARA A ECONOMIA PORTUGUESA

Segundo as previsões do NECEP - Católica Lisbon Forecasting Lab, recentemente publicadas, cujo sumário executivo publicamos na íntegra, o ano de 2022 é apontado como tendo sido positivo para a economia portuguesa, que terá crescido 6,5 por cento.

Um resultado que pode ficar comprometido em 2023 face à conjuntura económica e sociopolítica internacional.

No quarto trimestre de 2022, a economia portuguesa poderá ter operado em torno de 101,9 por cento do nível pré-pandemia, relativo ao quarto trimestre de 2019.

Os dados são algo contraditórios, mas a melhor estimativa é que a economia portuguesa tenha contraído cerca de 0,5 por cento face ao terceiro trimestre do mesmo ano, o que corresponde a um crescimento de 2,4 por cento em termos homólogos. No conjunto do ano de 2022, a variação deverá ter sido de 6,5 por cento, embora o governo tenha anunciado um crescimento de 6,8 por cento, o que exigiria um crescimento de 0,4 por cento no último trimestre.

A zona euro deverá ter crescido 0,1 por cento em cadeia no mesmo trimestre, o que é surpreendente já que, até há pouco tempo, parecia inevitável uma ligeira contração.

Em 2022, a zona euro terá crescido 3,4 por cento, ainda sob o efeito do ressalto pós-pandemia que foi travado pela guerra na Ucrânia, pela subida dos preços da energia e por uma taxa de inflação anormalmente elevada (8,4 por cento).

Em Portugal, a inflação média foi de 7,8 por cento em 2022 (com uma variação homóloga de 9,6 por cento em dezembro), embora seja razoável esperar que possa descer para cerca de 6,0 por cento em 2023, fruto da recente desaceleração. A política monetária do BCE deverá contribuir para uma redução da inflação na zona euro e em Portugal, mas apenas no limiar de 2024, dado que as taxas diretoras estão ainda no intervalo entre 2,0 por cento e 2,75 por cento. Assim, tudo indica que o BCE deverá subir as taxas de juro de referência ao longo dos próximos meses, seguindo a liderança da Reserva Federal norte-americana neste âmbito, de modo que as taxas de juro se aproximem de níveis que sejam neutros em termos de estímulo da atividade económica e compatíveis com o objetivo de médio prazo em termos de inflação (2,0 por cento).

A economia portuguesa deverá ter um desempenho frágil em 2023, com um intervalo de previsão que vai de uma contração de 1,0 por cento até uma expansão de 2,0 por cento, centrado em 0,5 por cento. O investimento apresenta uma dinâmica fraca – deverá ter avançado apenas 2,1 por cento em 2022 –



apesar do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR). Outros fatores a observar são a evolução da inflação e das taxas de juro, bem como os limites ao crescimento do turismo. O consumo privado poderá ressentir-se em função da redução real do rendimento disponível, que poderá ser parcialmente mitigado pela redução da poupança.

A economia da zona euro deverá ter um comportamento semelhante, com o ponto central do crescimento do PIB em 0,7 por cento e um intervalo compreendido entre uma contração de 0,6 por cento e uma expansão de 2,0 por cento. Há o risco de uma recessão suave, mas esse não parece ser, ainda, o cenário mais provável.

Os principais fatores de risco são a evolução da economia mundial, em particular, os desenvolvimentos nos EUA e na China que abandonou a sua política de Covid zero. Os preços da energia, a inflação e a subida das taxas de juro permanecem como principais condicionantes da evolução da economia, numa altura em que a guerra na Ucrânia, um desenvolvimento trágico, não parece

ser um fator adicional de pressão sobre a economia europeia.

Em Portugal, o saldo estrutural poderá melhorar cerca de um ponto percentual face a 2022, fruto da redução do rendimento disponível dos pensionistas em termos reais, a principal medida de ajustamento orçamental de 2023. O saldo primário e a evolução da inflação poderão contribuir para a redução do peso da dívida pública no produto, mas a subida das taxas de juro poderá acarretar riscos adicionais para o défice nominal e para a sustentabilidade da dívida a longo prazo. ●

João Borges de Assunção

“EXPORTAÇÕES DEVERÃO CRESCER AO RITMO DOS NOSSOS PARCEIROS COMERCIAIS”

Doutorado em Gestão pela UCLA (Los Angeles, Califórnia), e Professor na CATÓLICA-LISBON, Universidade Católica Portuguesa (UCP), João Borges de Assunção leciona a disciplina de *Marketing* no Lisbon MBA, e a disciplina de Introdução à Gestão das Licenciaturas de Gestão e Economia da UCP. É ainda o Coordenador do NECEP - Católica Lisbon Forecasting Lab. Foi Dean da CATÓLICA-LISBON e Professor na Columbia University. Foi ainda Assessor Económico do Primeiro-ministro e do Presidente da República. Numa breve entrevista à Portugalglobal, indica os principais desafios que se colocam atualmente à economia portuguesa e as perspetivas para o crescimento das exportações.



Que desafios enfrenta a economia portuguesa no curto e médio prazo tendo em conta a atual conjuntura económica e o posicionamento do país no contexto europeu?

Os principais desafios para a economia portuguesa resultam do processo de normalização do funcionamento da economia e da política monetária na sequência da pandemia, das políticas de confinamento e dos estímulos monetários.

A generalidade das economias, com a eventual exceção das exportadoras de energia e matérias-primas, deverão ter um

comportamento frágil durante este ano. E no caso da economia portuguesa, e também da zona euro, é possível que o crescimento do PIB potencial seja agora inferior ao que era antes de 2019.

A economia portuguesa é vulnerável à subida do preço da energia nos mercados internacionais e, por via do elevado nível de endividamento do país e das empresas, à subida das taxas de juro. A inflação é também um risco significativo para as empresas que não conseguem refletir nos seus preços a subida dos custos em termos nominais.

Como perspetiva o comportamento das exportações portuguesas e do investimento em Portugal nesta conjuntura?

A nossa perspetiva é que as exportações possam crescer centradas em 1,6 por cento este ano, mas com um intervalo de projeção amplo que contempla a possibilidade de uma redução. Agora que o Turismo parece ter quase recuperado face aos níveis pré-pandemia, será difícil observar este ano um crescimento das exportações idêntico ao ano passado.

As exportações deverão crescer ao ritmo dos nossos parceiros comerciais, em particular a zona euro e os Estados Unidos. O tema central aqui é, também, a evolução das taxas de juro e da inflação nessas regiões. Há um risco de recessão este ano, mas esse não me parece ser a hipótese mais provável ainda.

A Reserva Federal, e também o BCE, parecem acreditar que será possível arrefecer a inflação sem provocar uma recessão e subida do desemprego. Eu também penso que, por enquanto, isso é possível. A economia americana está mais avançada no processo de normalização do que a zona euro pelo que os riscos de contração são um pouco maiores na Europa.

A médio prazo, e até 2025, as exportações poderão crescer de forma semelhante ao PIB, isto é, ligeiramente abaixo de 2 por cento/ano. Tudo muito incerto, claro. Temos de compreender primeiro se a pandemia provocou alguma alteração estrutural na economia.

A chave é conseguir que a economia portuguesa tenha ganhos de produtividade num contexto demográfico adverso.

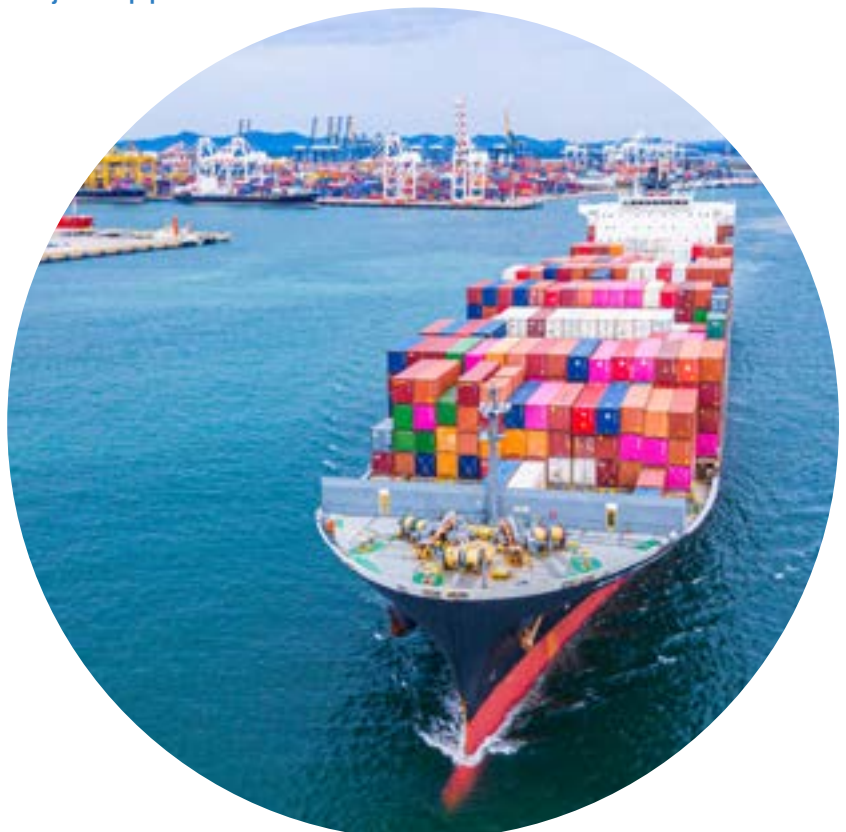
Em que setores e mercados externos devem as empresas portuguesas apostar?

A generalidade das empresas, e bem, deverão manter o seu padrão de especialização geográfica. Claro que as empresas cujos contratos estão ligados à economia russa ou ucraniana terão de repensar as suas estratégias comerciais.

As empresas devem compreender quais as suas principais capacidades e o seu grau de singularidade na economia global e aplicá-los aos setores em que estas são mais valiosas e diferenciadoras. As empresas devem concorrer em setores onde pensam que são boas, melhor que as rivais, mesmo que sejam nichos de mercado para a generalidade das outras empresas.

Pode estar em curso um certo retrocesso no grau de integração da economia global, pelo que as empresas devem privilegiar mercados onde compreendem bem os riscos geopolíticos e mesmo de alterações adversas no cumprimento de contratos. ●

jba@ucp.pt



APP REGISTO VIAJANTE



#1

ACESSO A CONTACTOS EM CASO DE CRISE

#2

AUXÍLIO EM CASO DE EMERGÊNCIA

#3

REGISTO FÁCIL E VOLUNTÁRIO

#4

RÁPIDA LOCALIZAÇÃO DA PESSOA REGISTADA



APP REGISTO VIAJANTE



REPÚBLICA
PORTUGUESA

GABINETE DA SECRETÁRIA DE ESTADO
DAS COMUNIDADES PORTUGUESAS



aicep Portugal Global



O MUNDO EM 2023 SEGUNDO PAULO PORTAS

Paulo Portas considera que 2023 poderá ser um ano menos pessimista para a economia mundial do que inicialmente antecipado em resultado dos indicadores macroeconómicos divulgados no final de 2022. Num evento organizado pela CCIP – Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa, de que é vice-presidente, Portas alertou, no entanto, para o elevado grau de incerteza em que o mundo navega devido a acontecimentos como a pandemia COVID-19 e a guerra na Ucrânia.

Para Paulo Portas será determinante para a evolução da economia mundial a forma como os países souberem aproveitar as oportunidades que as atuais circunstâncias oferecem, pois as crises apesar de globais, não afetam os países da mesma maneira.

O vice-presidente da CCIP sinaliza um conjunto de fatores que podem condicionar uma evolução favorável da economia e abrir janelas de oportunidade: a política de abertura antecipada da China, (a Ásia representa 40 por cento do crescimento mundial e a própria China por si só 20 por cento); o restabelecimento das cadeias de consumo e respetiva normalização de preços e prazos; a redução significativa da dependência energética da União Europeia em relação à Rússia; e o comportamento do emprego que, sobretudo nos EUA, continua a integrar dezenas de milhares de pessoas por mês, mas também na Europa, onde se fala mais da dificuldade em recrutar talento, mesmo remunerando melhor. Tendências globais que, segundo Portas, apontam um caminho interessante a quem o souber explorar.

No lado das ameaças, Portas identifica fatores que recomendam uma visão prudente do futuro. A duração da guerra, a ação dos bancos centrais e até onde irão em matéria de gestão de taxas de juros e consequências ao nível de inflação, com os inerentes e necessários cuidados redobrados na gestão da dívida, que já ultrapassa a nível mundial duas vezes e meia aquilo que produzimos. A necessidade de aposta na diversificação de fontes de energia. As tendências de fragmentação do comércio mundial, ou seja, a divisão em dois blocos geopolíticos, situação em que todos os *players* perdem, proporcionando uma queda no PIB mundial até 7 por cento, serão fatores determinantes para a evolução da economia mundial, e impactarão certamente na forma como cada país se posicionar nesta realidade.

Outra matéria essencial para a evolução da economia mundial será a forma como as duas maiores economias se irão comportar, e eventualmente relacionar. Estão previstos, em 2023, dois encontros entre os seus líderes, que poderão ser uma excelente ocasião para a avaliação mais correta das perceções de parte sempre mais difíceis de análise à distância, sendo que se por um lado a China pretende liderar, do outro, os EUA, única democracia mundial em constante crescimento, não a pretende perder.

UM ANO DESAFIANTE PARA AS EMPRESAS EXPORTADORAS

Ancoradas na inovação tecnológica, na eficiência da produção, na investigação e desenvolvimento, na marca e no *design*, as empresas exportadoras de bens têm sido o motor da economia portuguesa, tendo, em 2022, alcançado valores recordes nas vendas ao exterior.

A incerteza quanto à evolução da conjuntura socioeconómica traz desafios acrescidos às empresas, mas a sua resiliência e a aposta na continuidade das suas estratégias de expansão dão-lhes confiança para alcançar os seus objetivos.

Os testemunhos da AFIA, AIMMAP, APICCAPS, APIMA e PORTUGALFOODS.





AFIA

A INDÚSTRIA PORTUGUESA DE COMPONENTES AUTOMÓVEIS

“O ano de 2023 continuará a ser muito desafiante: disrupções nas cadeias de abastecimento; escassez de semicondutores e outras matérias-primas; inflação dos custos - matérias-primas, energia, transporte.”



>POR **JOSÉ COUTO**: PRESIDENTE DA AFIA – ASSOCIAÇÃO DE FABRICANTES PARA A INDÚSTRIA AUTOMÓVEL

Ao longo dos últimos anos, a indústria de componentes para automóveis nacional tem-se mostrado um setor de atividade económica robusto, com empresas que se têm consolidado na última década, reforçando a sua competitividade num quadro de indústria 4.0 e a capacidade de resposta aos desafios do mercado automóvel que, de repente, foi confrontado com um novo quadro de pressupostos, que acelerou o processo de descarbonização e da digitalização.

Como resultado temos um contributo muito importante no trajeto da recuperação da economia portuguesa – 5,3 por cento do PIB –, no contexto da evolução da indústria e da produção de bens transacionáveis, mas também no contributo para o desenvolvimento de tecnologias e conhecimento, para a profissionalização e capacitação de processos de gestão, para a criação de emprego, para

o acréscimo da competitividade e do seu reconhecimento nos mercados internacionais, através do incremento das exportações nacionais, o que por si só justifica que agora, tendo em conta as preocupações que se manifestam, perante um ciclo de diminuição de atividade provocado por uma quebra anunciada de vendas de veículos automóveis na Europa, o setor seja devidamente ouvido e que nos preparemos para os efeitos de uma contração que pode ser prolongada.

A indústria de componentes para automóveis é constituída por mais de 350 empresas. É uma indústria transversal e mobilizadora, agregando empresas de vários setores – v.g.: metalurgia, metalomecânica, elétrica e eletrónica, química, plásticos, vidro, borracha, têxtil, curtumes, etc. – que emprega diretamente mais de 62.000 pessoas, o que corresponde a 9 por cento do emprego da indústria transformadora e tem um forte efeito multiplicador.

A indústria de componentes para automóveis não tem alternativa que não seja não investir. Investir em tecnologia, na reformulação e adequação de processos produtivos, na descarbonização e diminuição consistente dos impactos ambientais, na digitalização vertical e horizontal ao longo de toda a cadeia de produção e de criação de valor. Também, temos de relevar, pela importância que constitui, o investimento nas pessoas porque as competências são cruciais para o sucesso e a afirmação da competitividade

das empresas. Entre 2015 e 2021 foram investidos mais de 5 mil milhões de euros, o que representa 17 por cento do investimento de toda a indústria transformadora.

O setor conta com uma elevada percentagem de investimento estrangeiro em Portugal, mas em contrapartida também diversas empresas portuguesas se internacionalizaram, formando grupos multinacionais que atuam próximo dos seus clientes em quatro continentes.

O ano de 2023 continuará a ser muito desafiante: disrupções nas cadeias de abastecimento; escassez de semicondutores e outras matérias-primas; inflação dos custos - matérias-primas, energia, transporte.

A indústria portuguesa de componentes automóveis tem revelado um desempenho acima da produção automóvel na Europa. Entre 2015-2021 cresceu a uma taxa de +4,2 por cento ao ano, o que compara com um decréscimo médio anual de -4,4 por cento da produção automóvel na Europa. Esta *performance* só é possível ser conseguida pela resiliência, competência e fiabilidade continuamente demonstradas pela indústria junto dos clientes internacionais. Refira-se que 98 por cento dos carros produzidos na Europa têm pelo menos um componente fabricado em Portugal.

Esta indústria oferece soluções para dar forma à mobilidade do futuro, inteligente e com

baixas emissões de carbono. Contudo, uma das preocupações da AFIA reside na capacidade das empresas nacionais se manterem capazes de competir com as suas congéneres, continuarem a manter a expressão nos clientes e progredirem no processo de ganhar quota de mercado nos clientes. ●

afia.pt



AIMMAP

METAL PORTUGAL - PERSPETIVAS PARA 2023

"Na atual conjuntura, estamos perante um resultado extraordinário que reflete a excelência de um setor que, a par do desafio da difícil retoma pós-pandemia ao qual se juntou a guerra na Ucrânia, consegue nesse período registar as dez melhores marcas de sempre no Comércio Internacional."



>POR **MAFALDA GRAMAXO:**
DIRETORA-GERAL DA AIMMAP -
ASSOCIAÇÃO DOS INDUSTRIAIS
METALÚRGICOS METALOMECÂNICOS
E AFINS DE PORTUGAL

O ano de 2022 representou mais um ano histórico para o METAL PORTUGAL, com as exportações a somarem o melhor valor de sempre em apenas 11 meses. Ao longo do ano, foi várias vezes batido o recorde do melhor mês de sempre, e o mês de novembro não fugiu à regra, registando 2.342 milhões de euros.

Na atual conjuntura, estamos perante um resultado extraordinário que reflete a excelência de um setor que a par do desafio da

difícil retoma pós pandemia ao qual se juntou a guerra na Ucrânia, consegue nesse período registar as dez melhores marcas de sempre no comércio internacional. Não há dúvidas de que esta *performance* só foi possível através de uma diferenciação muito positiva, que privilegia a inovação, tecnologia, qualidade e sofisticação e que marca a diferença em qualquer parte do mundo.

E se ninguém duvida que neste contexto de crise global, as empresas do METAL PORTUGAL continuarão resilientes e a dar provas de que sabem utilizar as características que melhor as diferenciam, para desbravar e conquistar novos mercados, não é menos verdade que as perspetivas para o primeiro trimestre de 2023 têm obrigatoriamente de ser muito cautelosas. No futuro próximo, as vendas para o exterior podem inclusivamente ser inferiores em alguns subsectores, refletindo a quebra dos índices de confiança dos consumidores.

As empresas atravessam desafios complicados com os brutais aumentos nos custos de produção, particularmente as empresas de consumo intensivo de energia, pelos elevados custos energéticos.



No ano de 2023, a subida das taxas de juro, o aumento da inflação, a dificuldades de contratação de recursos humanos e a instabilidade dos preços da energia e das matérias-primas vão seguramente condicionar a atividade industrial.

Para as empresas do METAL PORTUGAL o grande desafio passa por saber investir de forma decisiva em instrumentos que potenciem aumentos de produtividade e, dessa forma, terão certamente condições de resistir às adversidades com maior assertividade do que as suas concorrentes de outras geografias.

Se assim for, o setor vai continuar a aumentar as exportações, particularmente as que se referem a bens com maior incorporação tecnológica e valor acrescentado como máquinas e bens de equipamento.

Aliás, é graças a este perfil de exportações que as vendas do setor têm revelado taxas de crescimento muito expressivas em mercados de elevada sofisticação como Alemanha, França, Espanha, EUA, Países Baixos e Países Nórdicos e, seguramente, que esta *performance* vai manter-se.

É certo que o setor já tem um importante caminho feito no capítulo da dupla transição, digital e energética. Os ganhos de produtividade desta indústria e o posicionamento competitivo nos mercados globais são bem reveladores desse trajeto. Mas a realidade conjuntural, por vezes, parece prevalecer e o conjunto de medidas nucleares adotadas pelas empresas pode não ser suficiente para superar a dimensão dos obstáculos.

Portanto, para que durante o ano de 2023 o setor metalúrgico e metalomecânico possa continuar a ser um motor da economia nacional, com efeitos socioeconómicos tão virtuosos, é urgente que se adotem medidas suficientemente competentes para mitigar os grandes desafios, alavancando investimentos produtivos, e contribuindo para baixar os custos de produção, incluindo os preços da energia, nomeadamente prolongando a exceção ibérica que estabelece um preço máximo no gás para a produção de eletricidade. ●

APICCAPS

UMA NOVA ESTRATÉGIA PARA O SETOR DO CALÇADO

"Ser a referência internacional da indústria de calçado e reforçar as exportações portuguesas, aliando virtuosamente a sofisticação e criatividade com a eficiência produtiva, assente no desenvolvimento tecnológico e na gestão da cadeia internacional de valor, assim garantindo o futuro de uma base produtiva nacional, sustentável e altamente competitiva, é a visão do cluster português de calçado para 2030."



>POR **LUÍS ONOFRE**: PRESIDENTE DA APICCAPS - ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS INDUSTRIAIS DE CALÇADO, COMPONENTES, ARTIGOS DE PELE E SEUS SUCEDÂNEOS

A indústria portuguesa de calçado exporta mais de 95 por cento da sua produção para 172 países nos cinco continentes. O *cluster*, que representa mais de 40 mil postos de trabalho, terá ultrapassado em 2022 um novo máximo histórico em matéria de comércio internacional, ascendendo as exportações aos 2.300 milhões de euros (crescimento estimado de 20 por cento face ao ano anterior).

Não obstante um contexto de forte afirmação do setor no exterior, nesta fase são vários os fatores que elevam o clima de incerteza, em

especial a escassez de mão-de-obra qualificada, o aumento acentuado da inflação e seus reflexos na política monetária, a emergência de novos canais de distribuição, a afirmação de novos concorrentes, as alterações nas preferências dos consumidores, as incertezas sobre a evolução do consumo e a disrupção nas cadeias de abastecimento internacionais, entre outros.

Por esse motivo, nos últimos meses, as equipas da APICCAPS, do Centro Tecnológico do Calçado e da Universidade Católica analisaram a informação disponível, reuniram com um vasto conjunto de empresários, visitaram empresas e trabalharam com entidades da administração pública para concretizar o Plano Estratégico para a próxima década.

Ainda que a indústria de calçado seja um dos setores com maior intensidade exportadora da nossa economia e o calçado seja o segundo produto mais exportado por Portugal, não nos podemos resignar a um modesto lugar no pódio. Com a apresentação do novo Plano Estratégico, renovamos a nossa ambição.

"Ser a referência internacional da indústria de calçado e reforçar as exportações portuguesas,



aliando virtuosamente a sofisticação e criatividade com a eficiência produtiva, assente no desenvolvimento tecnológico e na gestão da cadeia internacional de valor, assim garantindo o futuro de uma base produtiva nacional, sustentável e altamente competitiva” é a visão do *cluster* português de calçado para 2030.

Por isso, os desafios que nos impomos são grandes. Ao longo da próxima década procuraremos atrair e qualificar recursos humanos, desenvolver tecnologias de ponta para tornar o setor mais flexível e eficiente, tornar a indústria mais sustentável e, finalmente, reforçar a nossa presença nos mercados internacionais. Só assim este conjunto articulado de investimentos produzirá os resultados desejados.

O *cluster* do calçado tem uma história e um legado de que se orgulha, construídos com a dedicação e o esforço dos seus empresários, dos seus trabalhadores e da excelente rede institucional de suporte. No futuro não poderá ser diferente. ●

APIMA

2023: O ANO DE TODOS OS DESAFIOS

"Há esperança neste cenário de incerteza. Os eventos e certames internacionais, de capital importância para a internacionalização das nossas empresas, foram retomados em pleno. Por isso, é fundamental continuar a afirmar os valores únicos da nossa Fileira, como o know-how e a tradição, mas igualmente a inovação, o arrojo e o design."



>POR **JOAQUIM CARNEIRO:**
PRESIDENTE DA APIMA -
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DAS
INDÚSTRIAS DE MOBILIÁRIO E AFINS

O novo ano ainda agora está a começar, mas se tivéssemos, a esta altura, de escolher uma palavra para o caracterizar seria, certamente, incerteza. Tendo em conta o contexto político-económico mundial, e também o de Portugal, há muitos desafios que o tecido empresarial português terá de saber contornar em 2023, e a Fileira Casa não é exceção.

Ultrapassada a pandemia e o período em que as empresas tiveram de se ajustar a uma nova realidade, fomos surpreendidos por um conflito armado na Europa, o que veio desequilibrar o mercado, que estava já a dar sinais de recuperação. Primeiro, a escassez de

matérias-primas é um dos fatores que mais nos preocupa e que se irá arrastar enquanto a guerra na Ucrânia se prolongar. Daí o setor ter de procurar novas soluções de fornecimento das matérias-primas e materiais necessários à produção, para não estar dependente de um núcleo restrito de mercados.

Não menos relevante é a oscilação nos preços dos combustíveis, que tem um impacto direto no custo final dos produtos. Esta situação causa uma pressão acrescida às empresas, que se veem obrigadas a ajustar preços com mais frequência do que seria normal. Por outro lado, não podemos minorar o impacto do crescimento exponencial do custo de vida, que tem uma consequência direta no consumo. A nível global, regista-se já um decréscimo da procura de mobiliário e artigos de decoração de interiores.

Porém, há esperança neste cenário de incerteza. Os eventos e certames internacionais, de capital importância para a internacionalização das nossas empresas, foram retomados em pleno. Dos mercados mais tradicionais, como Espanha e França, aos com grande potencial de crescimento, como os Estados Unidos da América, estas iniciativas proporcionam uma oportunidade para as empresas promoverem a excelência da produção nacional e conquistarem novos clientes e parceiros.



Por isso, é fundamental continuar a afirmar os valores únicos da nossa Fileira, como o *know-how* e a tradição, mas igualmente a inovação, o arrojo e o *design*.

É precisamente esse o objetivo do Portugal Home Week, o maior evento nacional de promoção da Fileira Casa, que acolherá, nos 15 e 16 de junho, na Alfândega do Porto, a terceira edição, com expectativas redobradas ao nível dos fóruns de debate, marcas expositores e número de visitantes.

Perante um cenário tão desafiante, será absolutamente fulcral assegurar e promover as sinergias entre empresas, associações e demais entidades promotoras da competitividade nacional nos palcos globais, como bem exemplifica o sucesso da iniciativa MADE IN PORTUGAL *naturally*, que tanto tem contribuído para a exposição da evolução da Fileira Casa. ●

PORTUGALFOODS

A RESILIÊNCIA E A CAPACIDADE DE ADAPTAÇÃO DA INDÚSTRIA ALIMENTAR PORTUGUESA

“O ano de 2023 vai ser muito exigente, mas as empresas que continuarem a investir em processos colaborativos de investigação e desenvolvimento tecnológico, em inovação produtiva, em capacitação para os mercados, em ações de internacionalização dos seus produtos e marcas e em novos modelos de negócio, serão mais capazes de ultrapassar os desafios.”



>POR **DEOLINDA SILVA:**
DIRETORA EXECUTIVA
PORTUGALFOODS – ASSOCIAÇÃO DO
SETOR AGROALIMENTAR PORTUGUÊS

Nos últimos três anos o mundo sofreu uma alteração de rumo. A pandemia e a guerra na Ucrânia vieram alterar a evolução da economia mundial e, apesar de alguma normalização, a recuperação não se vislumbra a curto prazo.

O setor agroalimentar tem demonstrado um comportamento positivo perante tanta adversidade, que é comum a, praticamente, todos os setores da economia, mas o facto de a guerra não ter fim à vista cria uma instabilidade que impacta de forma violenta na gestão das empresas. A volatilidade dos mercados, a incerteza no futuro e a complexidade dos

processos operacionais criam uma grande pressão sobre a atividade da indústria.

Em termos das exportações do setor, 2022 vai bater o recorde em valor. Serão ultrapassados os 8 mil milhões de euros de exportações de produtos agroalimentares. O acumulado janeiro/novembro mostra um crescimento de cerca 22 por cento face a 2021 e de 37 por cento face ao ano pré-pandémico de 2019. Sabemos que este crescimento em valor se deve sobretudo ao efeito inflação, mas a dinâmica de crescimento, em volume e em valor, é certa.

Olhando para as várias categorias de produto, continuam a destacar-se o vinho, azeite, pescado, frutas, hortícolas, leite e laticínios, produtos de padaria, bolachas e biscoitos e preparados para molhos, condimentos e temperos como as categorias mais exportadas.

Talvez possamos destacar o azeite que, em 2022, poderá ser o produto mais exportado. Apesar de sabermos que estes números se devem, sobretudo, ao facto de 2021 ter sido o ano de maior produção de azeite em Portugal e também porque o valor do azeite registou um aumento significativo, provocando uma

subida expressiva no valor das exportações, Portugal é também atualmente uma referência mundial no modo de produção e o azeite nacional é cada vez mais reconhecido pela sua qualidade. Também a categoria de sementes e frutos oleaginosos, sofreu um grande crescimento com destaque para as sementes de alfarroba. Verificou-se, ainda, o crescimento das exportações de cereais, com destaque para o arroz.

Em termos de mercados de destino, apesar de Espanha se manter destacadamente como principal mercado, seguida da França, Brasil, Itália e Reino Unido, salientam-se mercados como os Estados Unidos, Canadá, Japão, Coreia do Sul e alguns países do Sudeste Asiático a merecerem forte aposta, dada a sua evolução recente.

A evolução positiva do setor demonstra a resiliência e a capacidade de adaptação da indústria alimentar portuguesa a todas as crises que tem vindo a atravessar, seja a pandemia, a guerra, a escassez de matérias-primas, a falta de recursos humanos, a crise

energética e dos combustíveis e a inflação. Será esta última a principal responsável pelo período complexo que iremos viver sobretudo este e o próximo ano.

O aumento do custo de vida e a consequente diminuição do poder de compra vai talvez ser o principal fator de desaceleração das exportações em valor, mas acreditamos que as exportações do setor continuarão a crescer.

O ano de 2023 vai ser muito exigente, mas as empresas que continuarem a investir em processos colaborativos de investigação e desenvolvimento tecnológico, em inovação produtiva, em capacitação para os mercados, em ações de internacionalização dos seus produtos e marcas, e em novos modelos de negócio serão mais capazes de ultrapassar os desafios. É tão importante estar atento aos sinais de alerta, como às oportunidades que surgem nestes períodos de crise. ●

portugalfoods.org



ROMÉLIA

Com uma localização geográfica estratégica, a Romélia tem-se assumido como um *hub* tecnológico de excelência, sendo que esta mudança tem sido importante na transformação da identidade do país como uma plataforma de negócios em ascensão.

No início da última década, a Romélia avançou com um processo de recuperação da economia sustentado nas exportações de bens industriais, no fortalecimento do setor agrícola e, mais recentemente, nas políticas fiscais expansionistas.



OPORTUNIDADES NA ROMÉLIA PARA PORTUGAL

As relações diplomáticas entre Portugal e a Roménia celebraram o seu centenário ao longo do ano de 2017, sendo pautadas por uma constante relação de amizade e apreço de parte a parte que tem, entre outras aspetos, fomentado o relacionamento económico bilateral e que justificou a visita à Roménia do Presidente da República, do Primeiro-ministro e do Ministro dos Negócios Estrangeiros ao longo de 2022.



>POR **HÉLIO CAMPOS**,
REPRESENTANTE DA AICEP
EM BUCARESTE

Atendendo à situação sociopolítica internacional mais recente, empresas nacionais e internacionais que operavam na Ucrânia e na Rússia veem agora na Roménia uma alternativa para sediar o seu negócio.

Tem sido especialmente notado o reinvestimento por parte de empresas portuguesas já presentes em território romeno, bem como o interesse demonstrado por muitas empresas de internacionalizarem os seus negócios nesta região dos Balcãs.

Os setores de maior oportunidade na Roménia são as energias renováveis, a construção, a indústria de componentes para automóveis e a consultoria.

Setores de oportunidade para as empresas portuguesas

TIC

- Vantagens fiscais e custos laborais relativamente baixos (telecomunicações, serviços de tecnologia da informação e serviços de informação) em comparação com outros estados da União Europeia (UE) tornaram este setor um dos mais dinâmicos da economia romena nos últimos anos;
- As empresas TIC internacionais conseguem economizar até 50 por

cento a 60 por cento dos custos laborais, terceirizando os seus serviços para a Roménia, dependendo do perfil, tipo e idade do funcionário;

- Mais de 200.000 pessoas trabalhavam na área das TIC em 2022, o dobro em relação a 2010.

Agrícola

- O setor agrícola é um pilar básico da economia romena. Embora a participação da agricultura no PIB tenha caído quase cinco vezes nos últimos 25 anos e tenha atingido os 4 por cento em 2022, uma evolução





natural para uma economia que passa de um desenvolvimento continuado para um crescimento mais estável;

- A Roménia tem uma área agrícola de 14,7 milhões de hectares, sendo um dos principais produtores e exportadores de produtos agrícolas da Europa.

Energias Renováveis

- Há um interesse crescente no investimento em projetos ligados ao setor renovável. O custo da tecnologia diminuiu e a necessidade de produzir mais energia verde aumentou, com o setor privado e o governo a reconhecerem a importância de desenvolver investimentos neste setor (principalmente após a guerra na Ucrânia);

- O setor das energias renováveis desenvolveu-se na Roménia em resultado do potencial do país em fontes renováveis (eólica, hidroelétrica, biomassa, solar) e da implementação do regime de apoio iniciado em 2008. No final de 2020, a Roménia tinha cerca de 5 GW (excluindo hidroelétricas de alta capacidade) de capacidade de produção de energia renovável.

Automóvel

- O setor automóvel é hoje um dos mais fortes da Roménia e as áreas que o sustentam atraem altos níveis de investimento direto estrangeiro;
- A indústria automóvel representa 23 por cento da produção industrial romena em 2022 e emprega cerca de 180.000 pessoas (4º lugar no *ranking* dos países da UE);

ILHA LATINA NUM MAR ESLAVO

A Roménia é o segundo maior país da Europa Central e Oriental e o segundo maior mercado na mesma região, a seguir à Polónia, o que representa uma relevante oportunidade de negócio para as empresas portuguesas em termos de dimensão (9º posição entre os 27 países da União Europeia, com uma área de 238.397 km²) e de população (7ª posição, com 19,3 milhões de habitantes). É membro da União Europeia desde 2007 e da NATO desde 2004.

De acordo com os dados mais recentes, a Roménia é a 46ª economia do mundo em termos de PIB: cerca de 284 mil milhões de euros (e um PIB *per capita* de cerca de 14.000 euros). O PIB da Roménia cresceu cerca de 60 por cento entre 2010 e 2022 sendo a principal contribuição a agricultura, o comércio e o setor das TIC.

A Roménia tem potencial para se tornar um mercado ainda mais importante para as empresas portuguesas, especialmente devido à posição estratégica que ocupa na encruzilhada que liga a Europa à Ásia. É um mercado que exige algum investimento em termos de tempo, dinheiro e preparação/conhecimento, mas sendo muito dinâmico, existem oportunidades em praticamente todos os setores de atividade para as empresas portuguesas.

Bucareste é a capital do país e a cidade onde está localizada a administração central e a sede da maioria das multinacionais. É a maior cidade do país com mais de 2 milhões de habitantes. Além desta, existem outras cidades importantes para os negócios: Cluj-Napoca, Iasi, Timisoara, Braşov e Constanta. Estas cidades são destino de quase 70 por cento de todos os projetos de IDE em 2022, o que demonstra claramente a preferência dos investidores estrangeiros por localidades grandes e desenvolvidas.

A dimensão geográfica da Roménia é duas vezes maior que a de Portugal pelo que se considera pertinente uma abordagem cuidada entre norte e sul. Bucareste e Cluj-Napoca são as duas principais metrópoles na Roménia, sul e norte respetivamente, pelo que devem ser os pontos centrais de atuação e de distribuição. Timişoara (Oeste: fronteira com a Sérvia), Iaşi (a este, fronteira com a Moldavia), Constanţa (Mar Negro) e Braşov (no centro) são também elas cidades com um enorme peso histórico e populacional e de grande relevância na Roménia.



- A Roménia está no *top 10* da União Europeia na produção e venda de automóveis, sendo várias as marcas que conduziram o país a este lugar no *ranking* da UE: Dacia, Ford, Roman, Michelin, Continental, Pirelli, Valeo, Faurecia, Schaeffler, Bosch, Delphi, Rombat, Caranda, etc.;
- Além da qualidade e desempenho no setor automóvel, a Roménia tem mais de 80 anos de experiência nesta indústria, razão pela qual é atualmente um dos centros mais importantes da Europa.

Construção

- Os principais setores do mercado de construção na Roménia são o

residencial, infraestruturas, energia e serviços, comercial, institucional e industrial. A construção residencial foi o principal responsável pelo maior valor de produção em 2022, apesar do aumento do preço dos materiais;

- Ao abrigo do programa de recuperação e resiliência da União Europeia, a Roménia irá contar com vários projetos ambiciosos na área da construção direcionados sobretudo para o setor da energia e da transição verde;
- O mercado da construção na Roménia continuou em expansão em 2022, com um aumento de cerca de 3 por cento em relação a 2021.

Há ainda outros setores, não aqui detalhados que podem constituir oportunidades para as empresas nacionais, como o comércio, os serviços financeiros ou a transformação digital.

O escritório da AICEP em Bucareste está disponível para apoiar os agentes económicos portugueses na sua abordagem ao mercado romeno.

Contacte-nos! ●

aicep.bucarest@portugalglobal.pt

PLANO NACIONAL DE RECUPERAÇÃO E RESILIÊNCIA ROMENO

A aplicação do Plano Nacional de Recuperação e Resiliência (PNRR) romeno assenta, neste momento, em 171 projetos dos quais 64 são reformas administrativas e 107 investimentos diretos em diversas áreas a aplicar até 2026. No total, a Roménia irá ter acesso a cerca de 29 mil milhões de euros que serão investidos, particularmente, na transição verde, na transformação digital, no crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, na coesão territorial, social e económica, na saúde e na resiliência económica, social e institucional e em projetos direcionados a próxima geração.

As principais reformas administrativas focar-se-ão na correta aplicação das reformas e políticas sociais e fiscais, transformação das empresas detidas pelo estado, criação do banco nacional de desenvolvimento, reforma da administração pública e da justiça, legislação sobre a descarbonização, reformas nas energias renováveis e simplificação dos processos para as empresas.

Os principais investimentos irão girar em torno da construção de autoestradas, estradas e hospitais, reflorestação, modernização do sistema ferroviário, transformação digital, transportes públicos sustentáveis, saneamento básico, eficiência energética, recursos humanos e construção de habitações.

De entre os vários setores existem quatro que podem ser de particular relevância para as empresas portuguesas: as turbinas eólicas (*offshore* ou clássicas) e a energia solar, os transportes públicos movidos a energia verde (eletricidade e hidrogénio), a transformação digital e as autoestradas e construção de ciclovias.

RELACIONAMENTO PORTUGAL – ROMÉLIA

Relativamente ao comércio de bens e serviços, importa assinalar os seguintes aspetos: a balança comercial é favorável a Portugal - maior peso dos bens do que dos serviços em termos globais. O ano de 2022 terá sido um dos melhores anos no que toca à exportação de bens e serviços nacionais.

BALANÇA COMERCIAL DE BENS DE PORTUGAL COM A ROMÉLIA

	2017	2018	2019	2020	2021	Var % 21/17a	2021 jan/ out	2022 jan/ out	Var % 22/21b
Exportações	391,9	408,3	443,0	474,3	439,0	3,1	373,4	452,6	21,2
Importações	187,8	230,0	238,9	240,9	329,8	16,0	243,4	348,3	43,1
Saldo	204,1	178,3	204,1	233,4	109,2	--	129,9	104,3	--
Coef. Cob. %	208,7	177,5	185,4	196,9	133,1	--	153,4	129,9	--

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística Unidade: Milhões de euros

Notas: (a) Média aritmética das taxas de crescimento anuais no período 2017-2021 (2017 a 2021: resultados definitivos; 2022: resultados preliminares) (b) Taxa de variação homóloga 2021-2022

EXPORTAÇÕES DE PORTUGAL PARA A ROMÉLIA POR GRUPOS DE PRODUTOS

	2017	% Tot 17	2020	% Tot 20	2021	% Tot 21	Var % 21/20
Veículos e outro mat. transporte	95,6	24,4	168,1	35,4	130,9	29,8	-22,1
Máquinas e aparelhos	108,9	27,8	98,9	20,8	113,9	25,9	15,2
Matérias têxteis	44,6	11,4	39,1	8,2	49,9	11,4	27,6
Instrumentos de ótica e precisão	7,4	1,9	45,8	9,7	36,5	8,3	-20,3
Plásticos e borracha	39,3	10,0	40,1	8,4	32,8	7,5	-18,2

IMPORTAÇÕES DE PORTUGAL PROVENIENTES DA ROMÉLIA POR GRUPOS DE PRODUTOS

	2017	% Tot 17	2020	% Tot 20	2021	% Tot 21	Var % 21/20
Agrícolas	80,2	42,7	71,0	29,5	136,0	41,2	91,5
Máquinas e aparelhos	17,6	9,4	43,4	18,0	52,6	16,0	21,3
Veículos e outro mat. transporte	15,1	8,1	55,5	23,0	50,1	15,2	-9,8
Plásticos e borracha	12,7	6,8	16,5	6,8	20,9	6,3	27,1
Metais comuns	21,5	11,4	9,8	4,1	18,8	5,7	91,8

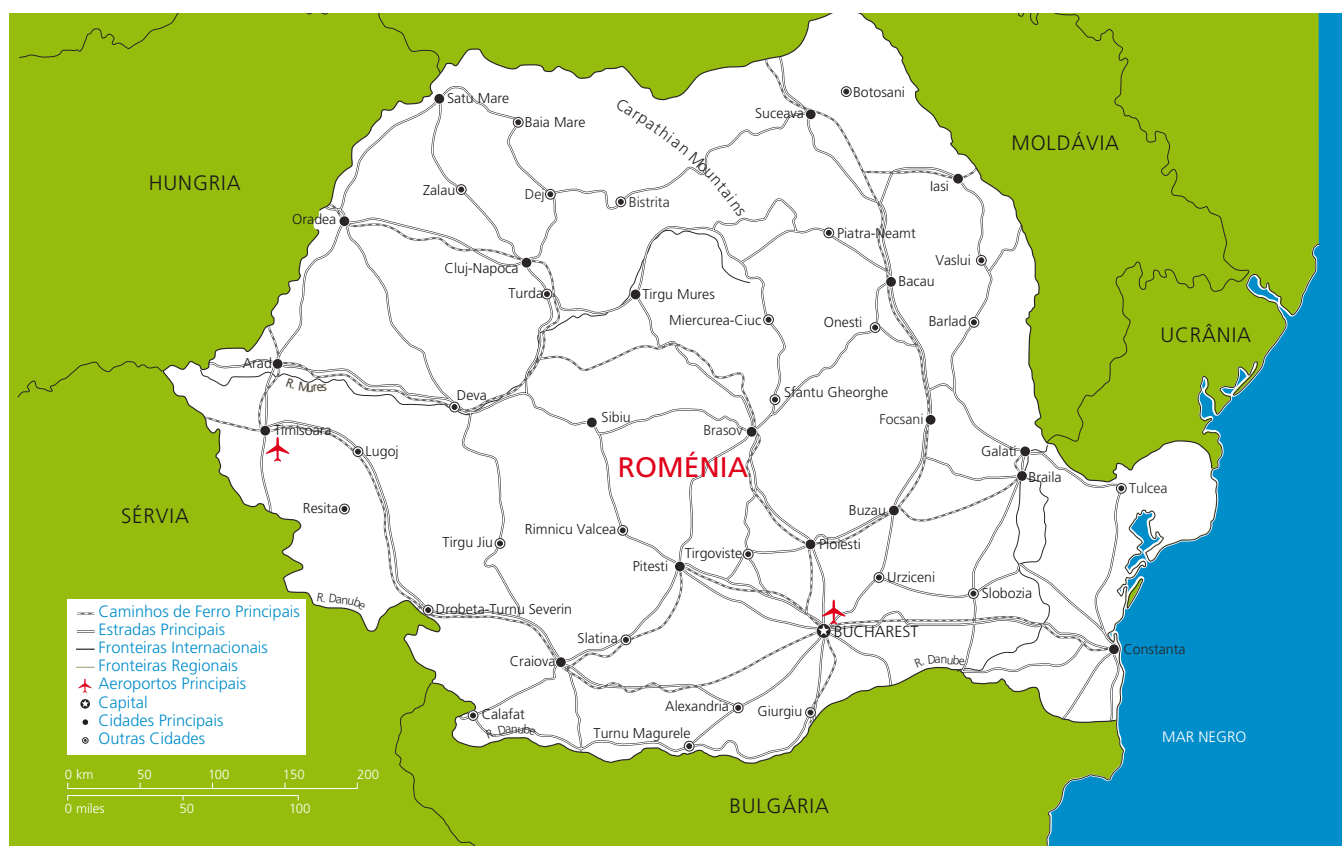
BALANÇA COMERCIAL DE SERVIÇOS DE PORTUGAL COM A ROMÉLIA

	2017	2018	2019	2020	2021	Var % 21/17a	Var % 21/20b
Exportações	480,3	503,4	522,1	514,4	481,6	0,2	-6,4
Importações	209,5	259,3	268,9	255,7	343,2	14,2	34,2
Saldo	270,8	244,2	253,3	258,7	138,3	--	--
Coef. Cob. %	229,2	194,2	194,2	201,1	140,3	--	--

Fonte: Banco de Portugal; Unidade: Milhões de euros

Notas: (a) Média aritmética das taxas de crescimento anuais no período 2017-2021; (b) Taxa de variação homóloga 2020-2021

Roménia em ficha



Denominação oficial: Roménia.

Abreviatura internacional: ROU

Nº Habitantes: 19,1 milhões (2021)

Nacionalidades:

romenos (89,5 por cento), húngaros (6,6 por cento), roma (2,5 por cento), outros (1,4 por cento).

Religião: a maioria são ortodoxos (86,8 por cento), havendo 4,7 por cento de católicos.

Língua oficial: romeno

Moeda: Novo Leu (RON) "lei"

(abreviatura alternativa: "ron").

A subdivisão do "lei" é o "ban", 1 leu = 100 bani.

Câmbio: 1EUR = 4,9396 RON (média de julho 2022)

Diferença Horária: +2 horas que Portugal

Capital: Bucareste

Outras cidades relevantes:

Cluj-Napoca, Iași, Constanța, Timișoara, Craiova, Galați, Brașov, Ploiești, Brăila, Oradea, Bacău, Pitești, Arad e Sibiu

Localização geográfica:

no sudeste do continente europeu, no norte da Península Balcânica limita-se ao norte com a Ucrânia, a noroeste com a Hungria, a nordeste com a Moldávia, ao sul com a Bulgária, a oeste com a Sérvia, sendo banhada a oeste pelo Mar Negro.

Forma de governo: República

Presidente: Klaus Iohannis

Estatuto: membro da OTAN/NATO e membro da UE

Ambiente de Negócios

Ranking global

39º/82

Competitividade

48º/64

Facilidade

47º/177

Transparência

66º/180

Risco geral

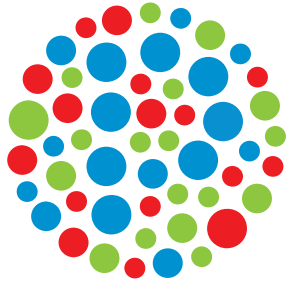
BB/AAA=risco menor; D=risco maior

Risco Económico

BB/AAA=risco menor; D=risco maior

Fontes

The Economist Intelligence Unit (EIU), 2020 e 2021; WEF – Global Competitiveness Index 4.0, 2019; WB – Doing Business, 2020; IT – Corruption Perceptions Index, 2020



REDE EX

aicep Portugal Global

Agência. Investimento. Comércio Externo
Trade & Investment Agency

 **João Mota Pinto**
EUA
aicep.newyork@portugalglobal.pt

 **Luís Sequeira**
CANADÁ
aicep.toronto@portugalglobal.pt

 **Mário Quina**
EUA
mario.quina@portugalglobal.pt

 **Olga Benquerença**
FDI SCOUT EUA e CANADÁ
olga.benquerenca@portugalglobal.pt


 **Teresa Fernandes**
EUA
aicep.s.francisco@portugalglobal.pt

 **Mariana Oom**
MÉXICO
aicep.mexico@portugalglobal.pt

 **Álvaro Cunha**
CUBA
aicep.havana@portugalglobal.pt

 **VENEZUELA**
aicep.caracas@portugalglobal.pt

 **Maria Carolina Lousinha**
COLÔMBIA
aicep.bogotá@portugalglobal.pt


 **Francisco Costa**
BRASIL
aicep.s.paulo@portugalglobal.pt


 **Rui Lourenço Pereira**
CHILE
aicep.santiago@portugalglobal.pt


 **Rui Boavista Marques**
ALEMANHA
aicep.berlin@portugalglobal.pt


 **Rui Paulo Almas**
BÉLGICA
aicep.brussels@portugalglobal.pt


 **Pedro Patrício**
REINO UNIDO
aicep.london@portugalglobal.pt


 **Luís Reis**
IRLANDA
luis.reis@portugalglobal.pt


 **Eduardo Henriques**
FRANÇA
aicep.paris@portugalglobal.pt


 **Ana Rosas**
SUÍÇA
ana.rosas@portugalglobal.pt


 **Anabela Raposo**
FDI SCOUT EUROPA
anabela.raposo@portugalglobal.pt


 **Carlos Nunes Pinto**
ITÁLIA
aicep.milan@portugalglobal.pt

 **Joana Neves**
ESPANHA
aicep.madrid@portugalglobal.pt

 **Pedro Pinto de Sousa**
FDI SCOUT EXTRA-EUROPA
pedro.sousa@portugalglobal.pt

 **Gonçalo Homem de Mello**
ARGÉLIA
aicep.argel@portugalglobal.pt


 **Rui Cordovil**
MARROCOS
aicep.rabat@portugalglobal.pt

 **João Guilherme Nogueira**
CABO VERDE
aicep.praia@portugalglobal.pt

 **Tiago Bastos**
SENEGAL
tiago.bastos@portugalglobal.pt

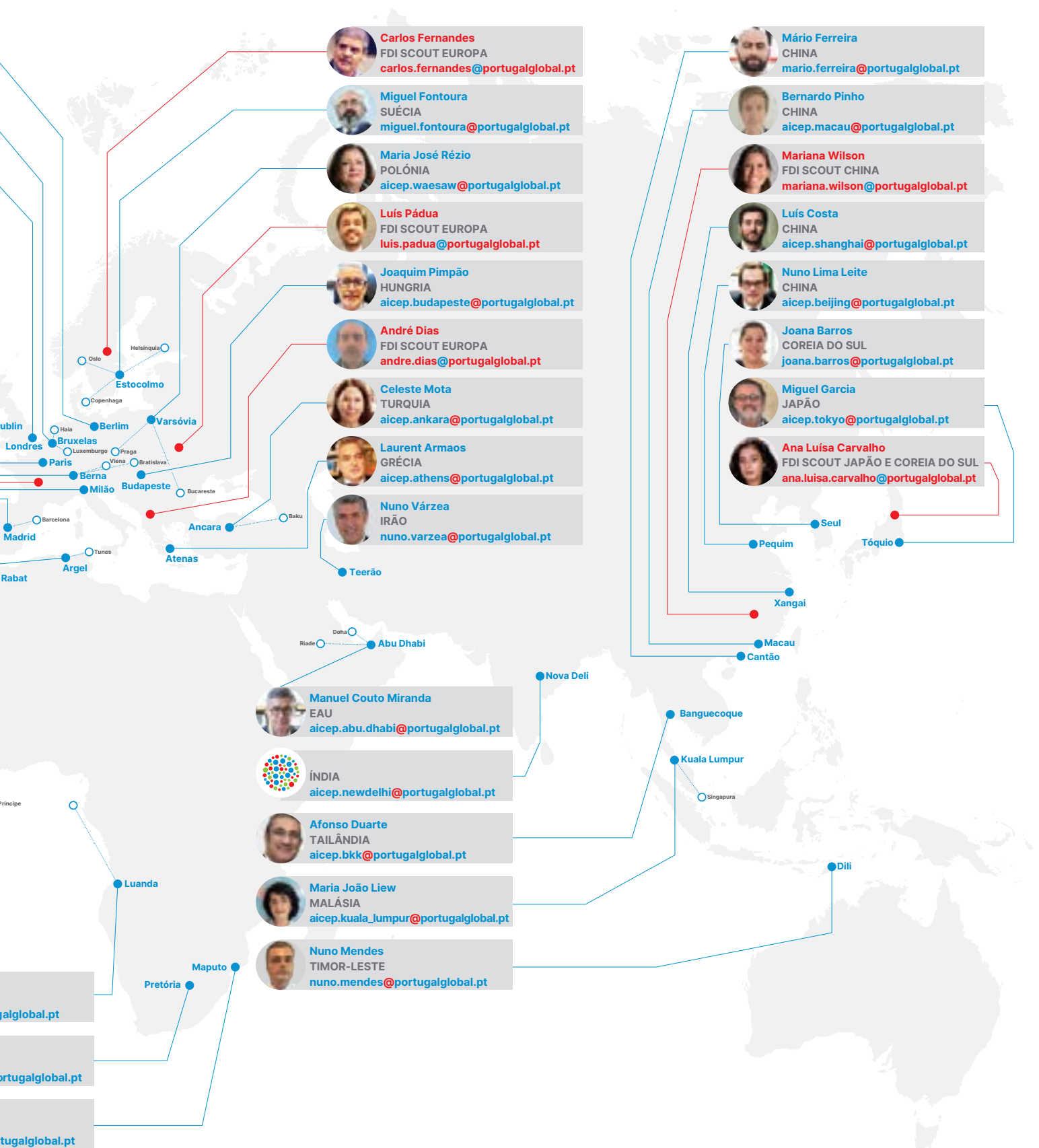
 **João Falarde**
ANGOLA
joao.falarde@portugalglobal.pt

 **Guilherme Lopes**
ÁFRICA DO SUL
guilherme.lopes@portugalglobal.pt

 **Alexandra Leite**
MOÇAMBIQUE
alexandra.leite@portugalglobal.pt

TERNNA

PERTO DE SI PARA O LEVAR MAIS LONGE



ABACO CONSULTING

REFERÊNCIA INTERNACIONAL EM SOFTWARE DE GESTÃO SAP

A Abaco Consulting é considerada uma referência na consultoria de *software* de gestão SAP. Fundada em 2004, tem sede no Porto e escritórios em Lisboa, contando atualmente com cerca de 150 consultores especializados. A atividade internacional da empresa tem vindo a crescer substancialmente, prevendo-se que, em 2022, o trabalho com entidades internacionais represente mais de 30 por cento do seu volume de negócios.

O seu negócio está focado em três áreas-chave: implementação, manutenção de sistemas de informação SAP e formação especializada (através da Abaco Academy). A Abaco Consulting opera nas principais soluções SAP nas áreas do ERP (*Enterprise resource planning*), *Analytics* e Gestão de Capital Humano. Destaca-se pelo seu posicionamento estratégico como Expert em *Manufacturing & Operations*.

A Abaco Consulting tem como missão estabelecer relações transparentes com os seus clientes, de forma a dotá-los com os melhores sistemas de informação de gestão. Desde o seu surgimento que a Abaco olha para o mercado internacional e para todas as oportunidades fora de Portugal, com ambição e pensamento estratégico.

“A Abaco perspetiva um futuro bastante positivo no que diz respeito à sua presença nacional e internacional, alicerçada a uma forte e continua aposta na inovação e tecnologia dos negócios do atual ecossistema organizacional”, afirma João Moreira, CEO da Abaco Consulting.

Em dezembro de 2021 a consultora uniu-se ao Grupo Valantic, a empresa

de TI com maior crescimento em toda a Europa, com o intuito de impulsionar o seu crescimento e reforçar a forte posição que detém no mercado, bem como para desenvolver continuamente as suas competências como parceira no caminho da transformação digital.

A união com a Valantic, uma das empresas de soluções digitais, consultoria e *software* com maior crescimento na região DACH (Alemanha, Áustria

e Suíça), segundo a Abaco, revela-se também um passo importante no que diz respeito à estratégia de internacionalização, na medida em que permitirá expandir a sua oferta e alargar a sua presença internacional, para mercados onde o grupo Valantic está fortemente representado.

Neste momento, a empresa tem vários projetos em curso com dimensão plurianual nos setores Automóvel e na área de Retalho/Moda, uma





aposta que pretende visando aumentar a quota de mercado nos setores que elege como foco.

Apesar de os serviços disponibilizados pela consultora serem transversais a qualquer setor, a sua atividade centraliza-se nos setores Automóvel, Food&Beverage, EC&O (Engineering Construction and Operations) e Têxtil e Vestuário. Entre os seus clientes destacam-se a Simoldes Plásticos, a Super Bock Group, o Grupo DST e a Sonae Sports&Fashion.

Salienta-se também a abertura de centros de excelência em Portugal de algumas tecnologias SAP que permitirão à Abaco, por um lado, servir os projetos do mercado internacional e, por outro, fazer com o que os clientes nacionais tenham acesso a essas tecnologias através de um parceiro local.

“Relativamente à implementação de Softwares de Gestão ERP acreditamos

que a nossa estratégia de foco e de especialização em alguns setores de negócio é a nossa principal característica diferenciadora”, refere João Moreira. “A nossa atuação tem que ir além do que é o conhecimento tecnológico das soluções SAP, ou seja, temos de conhecer também os principais processos e desafios dos nossos clientes”, acrescenta.

Para dar resposta às necessidades atuais e futuras dos seus clientes, a Abaco tem um departamento de inovação em constante pesquisa de novas tecnologias e tendências, para assim dispor de soluções adaptadas a qualquer situação. Esta pesquisa não se cinge somente a produtos SAP, sendo também alargada a todas as soluções que demonstrem potencial de incorporação em soluções próprias ou de clientes e que permitam resolver os desafios de qualquer negócio. ●

abaco.consulting



LSI STONE

PEDRA NATURAL PORTUGUESA RECONHECIDA INTERNACIONALMENTE

A história da LSI deve ser entendida como a extensão da tradição e do bem saber trabalhar a pedra natural. Foi um projeto que começou com apenas duas pessoas e hoje, já com 60 colaboradores, é uma referência internacional no setor da pedra natural. Em 2022, a empresa teve vários projetos que lhe permitiram ter visibilidade internacional, como é o caso da produção de pedra natural com vista ao revestimento exterior do Ronald O. Perelman Center for Performig Arts em Nova Iorque.



A LSI compara o seu início ao de famosas empresas da indústria tecnológica que começaram a partir de pequenas garagens, cresceram e se transformaram em multinacionais de enorme notoriedade. Esta empresa portuguesa nasceu em instalações modestas e com poucos recursos, mas com *know-how* e com um grande desafio pela frente: acrescentar valor a este recurso mineral.

Oriundos de famílias com larga tradição no setor, Regina Vitória e Pedro Vazão uniram esforços no final do século XX com o objetivo de promover um projeto especialmente vocacionado, desde o seu início, para o fornecimento de soluções em pedra natural.

O crescimento da LSI foi vertiginoso. Poucos anos após a sua fundação passa de uma empresa desconhecida a uma referência internacional no setor da pedra natural, associando ao "saber-fazer" e à cultura de exigência, tecnologia e serviços com cada vez maior valor acrescentado. É esta a cultura que a empresa assume como fator que a distingue, princípios

também assimilados pelos colaboradores, cujo número cresce proporcionalmente ao crescimento da empresa, assim como a sua qualificação.

O sucesso da LSI não se expressa só em distinções internacionais que tem obtido, mas também na resiliência e a capacidade de reação que revela e adaptação à mudança e aos desafios.

“Em cada desafio, desafio-me a mim e a toda a equipa, alcançando as metas com sucesso a que nos propomos diariamente”, refere Regina Vitório, CEO.

O período pandémico recente teve impacto na *performance* da empresa, sobretudo por originar atrasos no desenvolvimento de diversos projetos do ramo imobiliário nos principais mercados da LSI. O retomar da normalidade permitiu à LSI alcançar, no final do ano de 2022, níveis de faturação alinhados com os que se verificavam antes, e, em 2023, voltar ao crescimento que tem caracterizado a empresa.

A empresa mantém o foco em projetos especializados que potenciem ganhos de valor, sobretudo em mercados desenvolvidos e maduros onde o reconhecimento e a procura de qualidade asseguram o cumprimento dos objetivos estratégicos da empresa, através do desenvolvimento de serviços de acompanhamento ao cliente e do reforço de relações comerciais centradas na exigência e capacidade de ajustamento às necessidades específicas do projeto.

É esta cultura de exigência que tem contribuído para a afirmação da empresa através dos projetos em que participa. O fornecimento de pedra portuguesa calcária para o revestimento interior e exterior do Museu da Tolerância em Jerusalém é um exemplo de aplicação prática destes



princípios empresariais, assim como a produção de pedra natural para o revestimento exterior do Ronald O. Perelman Center for Performig Arts na cidade de Nova Iorque. Este último foi um desafio para a LSI, não apenas técnico, mas também logístico, devido à construção em ambiente virtual de toda a fachada do edifício, com vista à criação do padrão único com mármore de Estremoz, e que caracterizará um edifício que poderá vir a ser icónico.

Recentemente, na cerimónia que decorreu em dezembro de 2022, em Londres, o projeto Chelsea Barracks Fase IV foi o vencedor na categoria de New Building Modern Style num dos eventos mais conceituados do mundo na atribuição de prémios a projetos em pedra natural, os Natural Stone Awards 2022. Uma obra com um grau de exigência enorme com muitos desafios durante todo o processo, sendo um dos pontos mais exigentes da obra foram os lintéis com quatro metros de comprimento cada com frases gravadas em volta ao edifício, que se viu reconhecido além-fronteiras, frisa a empresa.

A paixão pela matéria-prima que usa e transforma conduz a LSI à participação em projetos de carácter especial, muitas vezes de índole experimental

e demonstrativa, de que a recente participação no London Design Festival é exemplo. A partir de um desafio do conhecido *atelier* de arquitetura Stanton Williams, de evidenciar uma diferente perspetiva sobre a pedra natural (em particular a portuguesa), a LSI desenvolveu uma escultura que combinou a utilização de pedra natural de origem portuguesa com a madeira.

A empresa está atenta aos desafios dos tempos e à necessidade de evolução, pelo que a ligação ao mundo académico e científico são princípios basilares da atividade da LSI que, para além de uma relação de estreita proximidade com instituições de ensino superior, como o Instituto Politécnico de Leiria, procura sempre liderar e acompanhar projetos de investigação e desenvolvimento tecnológico.

A sustentabilidade representa, por isso, um desafio para a empresa. A pedra é um produto que requer pouca transformação, as emissões de CO₂ relacionadas com a sua produção são reduzidas quando comparadas com a utilização de produtos concorrentes, como o vidro ou a cerâmica, o que é motivador e abre janelas de oportunidades. A LSI aspira ser líder nesse caminho por um futuro e uma indústria sustentável, conclui Regina Vitório. ●

FACTOS & TENDÊNCIAS

Aumento do custo de vida e crise climática são os principais riscos dos próximos anos

“Global Risk Report 2023” – World Economic Forum, janeiro 2023

O aumento do custo de vida é o principal risco que o mundo enfrenta nos próximos dois anos, seguindo-se os acontecimentos climáticos extremos. Num prazo mais alargado, de dez anos, as principais ameaças são o fracasso no combate e na adaptação às alterações climáticas, conclui o Fórum Económico Mundial no relatório “Global Risks 2023”.

Baseado na opinião de mais de 1.200 especialistas, decisores políticos e líderes empresariais, o relatório sublinha a importância de os países trabalharem em conjunto para mitigar os riscos e adianta que, nos próximos dez anos, a falha na mitigação das alterações climáticas, as catástrofes naturais, a perda de biodiversidade e a degradação ambiental serão as principais ameaças. Já nos próximos dois anos o mundo continuará a confrontar-se com outros riscos sociais relacionadas com o aumento do custo de vida ou a erosão da coesão social. “O cenário de risco a curto prazo é dominado pela energia, alimentação, dívida e catástrofes”, adianta Saadia Zahidi, diretora executiva do Fórum Económico Mundial.

[CONSULTAR](#)

Novos hábitos dos mais jovens e digitalização marcam tendências em 2023

“Top 10 Global Consumer Trends 2023” – Euromonitor, janeiro 2023

Os novos hábitos da Geração Z, nascida entre finais da década de 1990 e 2010, o consumo responsável e o papel da digitalização nos processos de compra são algumas das principais tendências globais do consumo em 2023, de acordo com o relatório anual da Euromonitor.

O estudo destaca dez tendências: Automação autêntica, em que o digital não pode sobrepor-se à ligação emocional com o consumidor; Compradores cautelosos, sobretudo devido ao aumento do custo de vida; Controlo do tempo passado diante dos ecrãs; Consumo Eco-económico, mais centrado na redução em detrimento da aquisição; Hora do Jogo, em que os jogos são cada vez mais uma opção para os momentos de entretenimento; Soluções “aqui e agora” para permitir comprar instantaneamente e pagar mais tarde ou faseadamente e outras tendências relacionadas com o regresso a atividades presenciais, a igualdade de género, a delimitação entre a vida pessoal e profissional ou a maior capacidade de os jovens assumirem os seus pontos de vista.

[CONSULTAR](#)

Preços das *commodities* vão baixar em 2023, mas continuarão elevados

“What to watch in commodities in 2023” – Economist Intelligence Unit, dezembro 2022

Os preços das *commodities* deverão baixar este ano, devido à diminuição da procura global, mas o reduzido aumento da oferta fará com que se mantenham elevados, segundo a Economist Intelligence Unit. A guerra na Ucrânia, a política de “zero covid” na China e as alterações climáticas são algumas das razões que farão com que os preços permaneçam altos.

As interrupções nas cadeias de abastecimento diminuirão mas a guerra terá um impacto direto no preço de produtos agrícolas. O preço dos metais básicos manter-se-á volátil e o do petróleo rondará em média os 85 dólares por barril em 2023. O preço do gás natural deverá deixar de atingir níveis históricos em 2023, mas a descida será moderada.

[CONSULTAR](#)

Fragmentação geoeconómica poderá custar até 7 por cento do PIB global

“Geo-Economic Fragmentation and the future of Multilateralism” – International Monetary Fund, janeiro 2022

Após décadas de integração económica crescente, assiste-se agora a um processo de fragmentação geoeconómica com impacto no comércio, migração, fluxos de capitais ou difusão de tecnologias. O FMI analisou os riscos associados a esse processo e concluiu que poderá custar à economia global até 7 por cento do PIB.

O impacto será maior nos países emergentes ou em desenvolvimento e o desacoplamento tecnológico ampliará as perdas resultantes das restrições comerciais. O custo para a produção global deverá variar entre os 0,2 por cento e os 7 por cento, dependendo do nível de fragmentação do comércio, e poderá mesmo ficar entre os 8 por cento e os 12 por cento em alguns países.

[CONSULTAR](#)

Crescimento mundial deverá abrandar para 1,7 por cento em 2023

“Global Economic Prospects” - Banco Mundial, janeiro 2023

O crescimento global irá abrandar significativamente devido à elevada inflação, à diminuição do investimento e às disrupções causadas pela guerra na Ucrânia. De acordo com as estimativas do Banco Mundial, esse crescimento deverá ser em 2023 de 1,7 por cento, abaixo dos 3 por cento previstos há seis meses. Em 2024 deverá, no entanto, registar-se um aumento do crescimento, para 2,7 por cento.

Nas economias mais desenvolvidas o crescimento deverá abrandar de 2,5 por cento em 2022 para 0,5 por cento em 2023. E, no final de 2024, o PIB das economias emergentes e em desenvolvimento está cerca de 6 por cento abaixo do que era esperado antes da pandemia.

[CONSULTAR](#)

Croácia adota Euro

“Croatia becomes twentieth member of the euro area - Op-ed article by Eurogroup President Paschal Donohoe and Marko Primorac, Minister of Finance of Croatia” – Eurogroup, janeiro 2023

A Croácia adotou o Euro como moeda oficial no dia 1 de janeiro e juntou-se à zona Euro, tornando o investimento no país mais fácil e atrativo, uma vez que deixam de existir custos cambiais e os riscos associados. Diminuem também as barreiras à formalização de negócios, garantindo-se taxas de juros mais baixas e maior estabilidade financeira.

[CONSULTAR](#)

UE adota diretiva que permite a liberdade de estabelecimento e mobilidade das empresas comunitárias

“European Union: The New Mobility Directive For EU Companies” – Mondaq, janeiro 2023

A 31 de Janeiro de 2023 entrou em vigor a Diretiva da Mobilidade da União Europeia, que permite às empresas constituídas num determinado Estado-membro da UE migrar livremente para qualquer outro país comunitário, passando a adotar as respetivas leis do Estado de destino.

[CONSULTAR](#)

Moçambique dinamiza fiscalmente a sua economia

“Alterações ao Código do IVA e à Lei de Bases do Sistema Tributário” – DLA Piper, janeiro 2023

Moçambique procedeu a alterações do seu sistema fiscal, no âmbito das medidas do Pacote de Estímulo à Aceleração da Economia (PAE), sendo de destacar a redução do IVA de 17 por cento para 16 por cento e a isenção do pagamento de IVA dos serviços e transmissão de fatores de produção destinados aos setores da agricultura e energia.

[CONSULTAR](#)

Cabo Verde – Novas oportunidades de Investimento

“Cabo Verde – Publicado o Orçamento do Estado para 2023” – PwC, janeiro 2023

Através do Orçamento do Estado de 2023, Cabo Verde aprovou um conjunto de novos incentivos fiscais, incluindo ao nível aduaneiro (importação de certo materiais e equipamentos), com vista à promoção do investimento e do emprego.

[CONSULTAR](#)

UE e Reino Unido debatem “Protocolo da Irlanda do Norte”

“Joint Statement by Vice-President Šefčovič and UK Foreign Secretary Cleverly following their video conference call today” – European Commission, janeiro 2023

A União Europeia e o Reino Unido debateram numa reunião no dia 9 de janeiro o “Protocolo da Irlanda do Norte” e comprometeram-se a encontrar soluções para os problemas que subsistem dois anos após a efetivação do Brexit, acautelando, porém, a integridade do mercado único da UE e a continuidade da Irlanda do Norte no espaço aduaneiro do Reino Unido.

[CONSULTAR](#)

Exportação de alimentos processados para as Filipinas exige novas formalidades

“Exportação de alimentos processados para as Filipinas” – DGAV, janeiro 2023

Os operadores económicos que tenham interesse em exportar para as Filipinas alimentos processados, incluindo produtos de origem animal, terão de registar todos os produtos a exportar e realizar a operação de exportação através de um importador licenciado pela *Food and Drug Administration* das Filipinas.

CONSULTAR

Exportações de bens aumentaram 24,5 por cento em 2022 (janeiro a novembro)

Comércio Internacional de Bens de Portugal – INE, janeiro 2023

As exportações de bens ascenderam a 72,6 mil milhões de euros de janeiro a novembro de 2022, contra 58,3 mil milhões de euros em igual período de 2021, ou seja, um aumento de 14,3 mil milhões de euros (taxa de variação homóloga de 24,5 por cento), de acordo com o INE. No mesmo período, as importações totalizaram 100,5 mil milhões de euros e cresceram 25,2 mil milhões de euros, apresentando uma tvh 33,4 por cento.

Comparando com os primeiros onze meses de 2020, as exportações e as importações aumentaram 46,6 por cento e 60,9 por cento, respetivamente (+31,2 por cento e +35,8 por cento, pela mesma ordem, face ao mesmo período de 2019).

Estes resultados determinaram um défice da balança comercial de 27,9 mil milhões de euros, correspondente a um agravamento de 10,9 mil milhões de euros relativamente a 2021. A taxa de cobertura das importações pelas exportações situou-se em 72,2 por cento que corresponde a uma quebra de 5,2 pontos percentuais em comparação com a taxa registada em janeiro/novembro de 2021.

CONSULTAR

Portugal e Espanha apresentam 19.ª edição de Península Ibérica em números

Península Ibérica em Números 2022 – INE, janeiro 2023

Os Institutos Nacionais de Estatística de Portugal e de Espanha apresentam a 19.ª edição de "Península Ibérica em números / Península Ibérica en cifras", em resultado da cooperação que ambas as instituições estreitaram há quase duas décadas.

Esta publicação visa divulgar e promover o uso crescente das estatísticas oficiais e, em muitos dos indicadores incluídos, entender o

posicionamento de ambos no contexto da União Europeia.

CONSULTAR

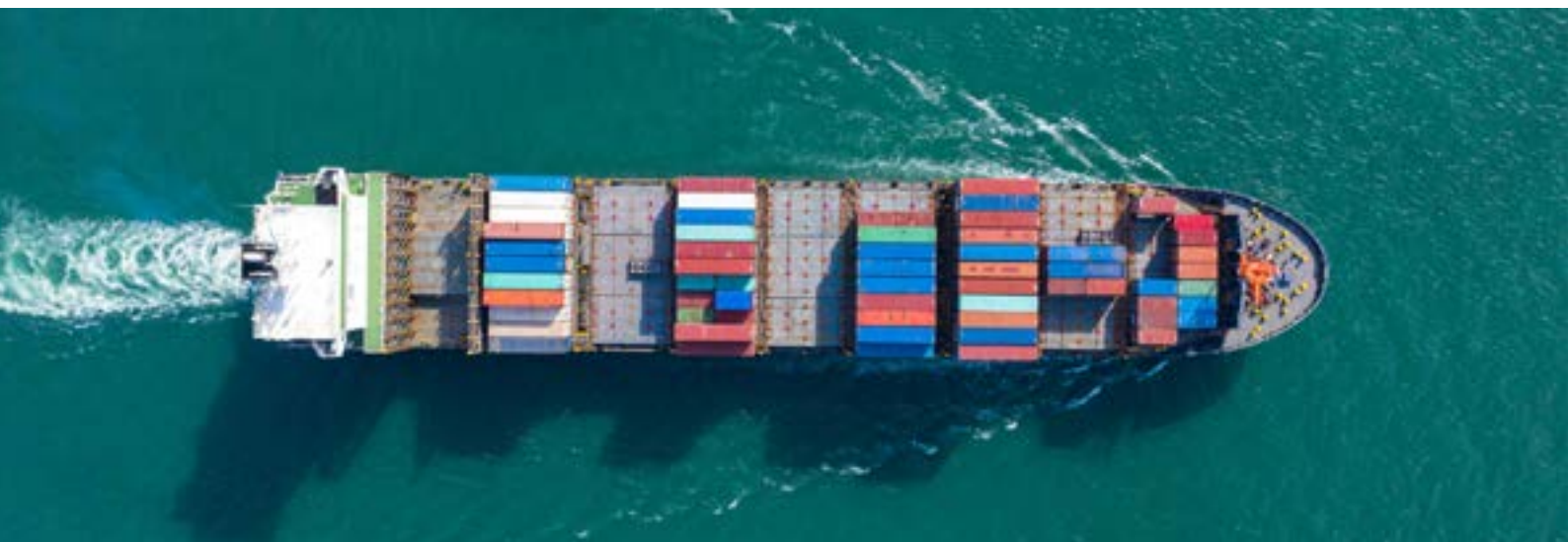
O ano turbulento da economia mundial em cinco gráficos

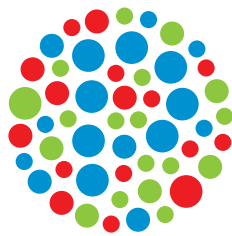
“The Global Economy’s Turbulent Year in Five Charts” – FMI, dezembro 2022

Foi um ano turbulento. As perspetivas iniciais de crescimento melhores do que o esperado da economia global rapidamente se transformaram em preocupação após a invasão da Ucrânia pela Rússia. A inflação rápida e persistente, principalmente nos bens alimentares e energia, afetou negativamente o crescimento e enfraqueceu as projeções.

CONSULTAR

Direção de Produto da AICEP





aicep Portugal Global

Informação especializada *online*

Portugalnews

Promova a sua empresa junto de 20 mil destinatários em Portugal e nos mercados externos.

NewsRoom

Para uma divulgação em mercados internacionais, conta com a *newsletter* semanal em língua inglesa e/ou francesa.

Subscriva as nossas *newsletters*.

Fique a par da actividade da Agência no país e no exterior, conheça os casos de sucesso de empresas portuguesas e os artigos de especialidade económica.

Esteja sempre informado com o *clipping* diário da imprensa nacional e estrangeira.



portugalglobal.pt

notícias

AICEP

CONFERÊNCIA SOBRE O ACORDO UNIÃO EUROPEIA - CANADÁ

O novo fluxo comercial gerado pelo Acordo Económico e Comercial Global (CETA) UE-Canadá foi debatido no dia 24 de janeiro numa Conferência onde participou a administradora da AICEP, Rita Araújo.



“O Canadá apresenta inúmeras oportunidades de negócio para as empresas portuguesas, em diferentes setores, agora também alavancadas pelo maior interesse das empresas canadianas pela Europa, resultante dos benefícios mútuos proporcionados pelo CETA”, referiu Rita Araújo, concluindo: “As empresas portuguesas podem e devem aproveitar o CETA, assim como o contexto de relacionamento muito favorável entre Portugal e o Canadá, para fazer mais negócios neste país”.

Também participaram no evento o delegado da AICEP no Canadá, Luís Sequeira, que destacou as oportunidades no mercado canadiano, bem como a embaixadora do Canadá em Portugal, Élise Racicot.

A Conferência “Acordo Económico e Comercial Global (CETA) entre o Canadá e a União Europeia: 5 anos de futuro – balanço e perspetiva” foi coorganizada pela Embaixada do Canadá, pela AICEP, pela AEP e pela Abreu Advogados.

AICEP E CM DE CASTELO BRANCO ORGANIZAM SEMINÁRIO SOBRE INVESTIMENTO E INTERNACIONALIZAÇÃO

A AICEP e a Câmara Municipal de Castelo Branco organizaram, no dia 25 de janeiro, um seminário sobre Investimento e Internacionalização.

A Agência esteve representada pelo administrador Luís Rebelo de Sousa, orador no painel “A internacionalização como motor de crescimento da economia portuguesa”.

Os trabalhos foram presididos pelo ministro dos Negócios Estrangeiro,



João Gomes Cravinho, e encerrados pelo secretário de Estado da Internacionalização, Bernardo Ivo Cruz.

O seminário teve como objetivo disponibilizar às PME informações sobre a forma de expandirem as suas atividades nos mercados internacionais; oportunidades e medidas de apoio à internacionalização, constituindo um espaço de apresentação de conhecimento e partilha de experiências dos desafios inerentes à internacionalização das empresas do Distrito de Castelo Branco.

Este seminário acontece à margem da iniciativa governamental “Governo Mais Próximo”, que visa dar a conhecer os apoios disponibilizados pelo governo por forma a assegurar sustentabilidade e valorização do interior.

AICEP LANÇA FILMES PROMOCIONAIS DAS FILEIRAS AGROALIMENTAR, ENERGIA E SAÚDE

A AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal acaba de lançar três novos filmes promocionais para as fileiras Agroalimentar, Energia e Ambiente e Saúde e Bem-estar. Com locução em inglês e legendagem em inglês, francês, espanhol, mandarim e árabe, os vídeos serão divulgados em canais de promoção em eventos nacionais e internacionais, em multiplataformas, incluindo televisiva, e nos *sítes* e redes sociais da Agência, entre as quais o Facebook e o LinkedIn.

Com uma duração de cerca de dois minutos cada, os filmes destacam a excelência e o carácter diferenciador da oferta portuguesa nas fileiras em foco, sustentados em duas marcas distintas da AICEP: MADE IN PORTUGAL *naturally* e Portugal Makes Sense.



A **Fileira Agroalimentar** portuguesa conta com uma elevada notoriedade nos mercados externos, sendo reconhecida internacionalmente pela qualidade e inovação dos seus produtos, distinguindo-se ainda pela sua excelente capacidade produtiva, assente em modernas tecnologias, que

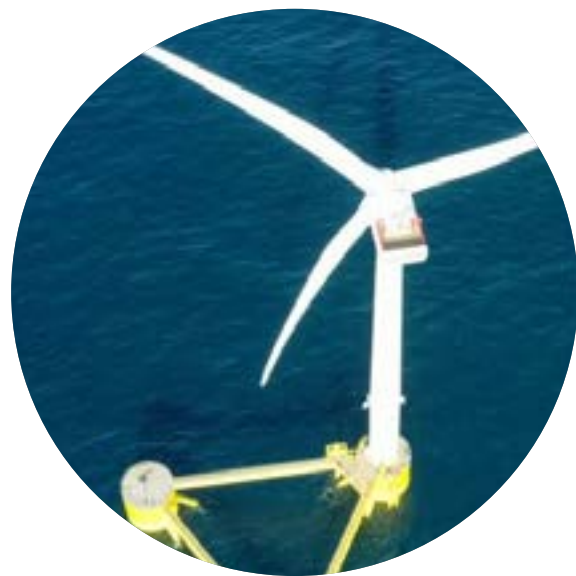
permitem a produção, o processamento e a conservação dos alimentos para clientes espalhados um pouco por todo o mundo, inclusivamente nos mercados mais longínquos.

Veja [aqui](#) o filme da fileira agroalimentar.



Na **Fileira da Energia e Ambiente**, Portugal é um dos países que mais apostam em políticas de combate às alterações climáticas e que mais investem em fontes de energia renováveis, atualmente responsáveis por 60 por cento da produção de eletricidade. A Estratégia Nacional para o Hidrogénio Verde, que promove a inserção progressiva do hidrogénio nos vários setores da economia, permitindo a transição para uma economia descarbonizada, tem sido fortemente impulsionada pelas políticas públicas.

Veja [aqui](#) o filme da fileira energia e ambiente.



A **Fileira da Saúde e Bem-estar** em Portugal registou uma evolução de relevo nas duas últimas décadas, afirmando-se pela talento, qualidade, segurança, modernidade, inovação e competitividade. Portugal tem também potencial para ser um *hub* tecnológico para as empresas do *e-health*, disponibilizando tecnologia avançada, quadros altamente qualificados e um crescente investimento em inovação, que têm gerado efeitos positivos em diversas áreas da sociedade.

Veja [aqui](#) o filme da fileira saúde e bem-estar.



COSEC

Tabela classificativa de países

Para efeitos de Seguro de Crédito à exportação

A Portugalglobal e a COSEC apresentam-lhe uma Tabela Classificativa de Países com a graduação dos mercados em função do seu risco de crédito, ou seja, consoante a probabilidade de cumprimento das suas obrigações externas, a curto, a médio e a longo prazos. Existem sete grupos de risco (de 1 a 7), corres-

pondendo o grupo 1 à menor probabilidade de incumprimento e o grupo 7 à maior.

As categorias de risco assim definidas são a base da avaliação do risco país, da definição das condições de cobertura e das taxas de prémio aplicáveis.

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6	Grupo 7	
Singapura* Taiwan	Arábia Saudita Brunei China • EAU ^a Gibraltar Hong Kong Koweit Macau Malásia	Barbados Botswana Bulgária Croácia Dep/ter Austr. ^b Dep/ter Din. ^c Dep/ter Esp. ^d Dep/ter EUA ^e Dep/ter Fra. ^f Dep/ter N. Z. ^g Dep/ter RU ^h Filipinas Ilhas Marshall Índia Indonésia Marrocos • Maurícias México • Micronésia Palau Peru Qatar Roménia Tailândia Trind. e Tobago Uruguai	África do Sul • Bahamas Colômbia Costa Rica Dominicana. Rep. Guatemala Panamá Sérvia Vietname	Albânia Argélia Aruba Azerbaijão Bangladesh Brasil • Cazaquistão C. do Marfim Curaçau Fiji Guiana Honduras Jordânia Macedónia Paraguai S. Vic. e Gren. Santa Lúcia Senegal Turquia Uzbequistão	Angola Arménia Bahrein Benim Bolívia Bósnia e Herzegovina Butão Cabo Verde Camarões Cambodja Comores Dominica Egito Equador Eswatini Gabão Geórgia Jamaica Kiribati Kosovo Lesoto Namíbia Nauru Nepal Nigéria Omã Papua-Nova Guiné Ruanda Samoa Oc. Seicheles Tanzânia Timor-Leste Togo Tuvalu Uganda Vanuatu	Afeganistão Ant. e Barbuda Argentina Belize Biélorússia Burkina Faso Burundi Cent. Af. Rep. Chade Cisjordânia / Gaza Congo Congo. Rep. Dem. Coreia do Norte Cuba Djibouti El Salvador Eritreia Etiópia Gâmbia Gana Grenada Guiné Equatorial Guiné. Rep. da Guiné-Bissau Haiti Irão Iraque Iemen Laos Líbano Libéria Líbia Ucrânia Madagáscar	Malawi Maldivas Mali Mauritânia Moçambique Moldávia Mongólia Montenegro Myanmar Nicarágua Níger Paquistão Quénia Quirguistão Rússia S. Crist. e Nevis S. Tomé e Príncipe Salomão Serra Leoa Síria Somália Sri Lanka Sudão Sudão do Sul Suriname Tadjiquistão Tonga Tunísia • Turquemenis-tão Venezuela Zâmbia Zimbabué

Fonte: COSEC - Companhia de Seguro de Créditos. S.A.

* País pertencente ao grupo 0 da classificação risco-país da OCDE. Não é aplicável o sistema de prémios mínimos.

• Mercado de diversificação de oportunidades

NOTAS

- a) Abu Dhabi, Dubai, Fujairah, Ras Al Khaimah, Sharjah, Um Al Quaiwain e Ajma
b) Ilhas Norfolk
c) Ilhas Faroe e Gronelândia
d) Ceuta e Melilha
e) Samoa, Guam, Marianas, Ilhas Virgens e Porto Rico

- f) Guiana Francesa, Guadalupe, Martinica, Reunião, S. Pedro e Miquelon, Polinésia Francesa, Mayotte, Nova Caledónia, Wallis e Futuna
g) Ilhas Cook e Tokelau, Ilhas Nive
h) Anguilla, Bermudas, Ilhas Virgens, Cayman, Falkland, Pitcairn, Monserrat, Sta. Helena, Ascensão, Tristão da Cunha, Turks e Caicos



Autor: **José Carlos Nascimento**

Editora: **Edições Sílabo**

Ano: **2022**

Nº de páginas: **408 pp.**

Preço: **29,80€**

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO PARA GESTORES EM TEMPO DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

A transformação digital aliada às constantes mudanças da sociedade moderna revela-se desafiante, não apenas para as empresas como também para os seus gestores.

Suportado pela experiência profissional e académica de José Carlos Nascimento, este livro incide nas múltiplas áreas dos sistemas de informação, fornecendo diversos desafios

que irão ajudar estudantes e profissionais a navegar este novo contexto.

José Carlos Nascimento é professor auxiliar no Departamento de Sistemas de Informação da Universidade do Minho, tendo sido adjunto do Secretário de Estado para a Transição Digital no XXII Governo Constitucional. Atualmente, conta com dois livros publicados.



Autor: **Paul Polman e Andrew Winston**

Editora: **Actual Editora**

Ano: **2022**

Nº de páginas: **344 pp.**

Preço: **19,90€**

NET POSITIVE - DIFERENÇA POSITIVA: EMPRESAS CORAJOSAS DÃO MAIS DO QUE TIRAM

A sociedade encontra-se num momento histórico crítico, onde a necessidade de (re)imaginar as nossas economias e empresas é imperativa. Para tal, há que mitigar a discórdia e procurar implementar modelos de negócio a longo-prazo, dando primazia às pessoas e ao planeta.

Neste livro, o ex-CEO da Unilever Paul Polman e o guru de negócios sustentáveis Andrew Winston ajudam líderes, executivos, gestores e profissionais a construir empresas que fazem a diferença.

Paul Polman é o cofundador e presidente da administração da IMAGINE. Conta com experiência na Unilever, que, sob a sua chefia, foi reconhecida como líder global em sustentabilidade corporativa.

Andrew Winston é autor do *best-seller* "Green to Gold" e "The Big Pivot", sendo que prestou serviços de consultoria a múltiplas empresas de renome mundial.

Atualmente, é reconhecido como uma das maiores figuras mundiais no âmbito de negócios sustentáveis.

ACOMPANHE A AICEP NO



'WEBINARS' COM OS MELHORES ESPECIALISTAS



Fique a conhecer as razões que levam os investidores estrangeiros a escolher Portugal para desenvolver os seus negócios.



Como exportar os produtos portugueses para os mais diversos tipos de mercados.



Veja os eventos de capacitação que permitem construir e posicionar a sua empresa nas plataformas globais online.

SUBSCREVA O CANAL



ACTIVE AS NOTIFICAÇÕES 

E FIQUE A SABER SEMPRE QUE UM NOVO CONTEÚDO É PUBLICADO.



aicep Portugal Global

PORTUGALGLOBAL.PT | PORTUGALEXPORTA.PT