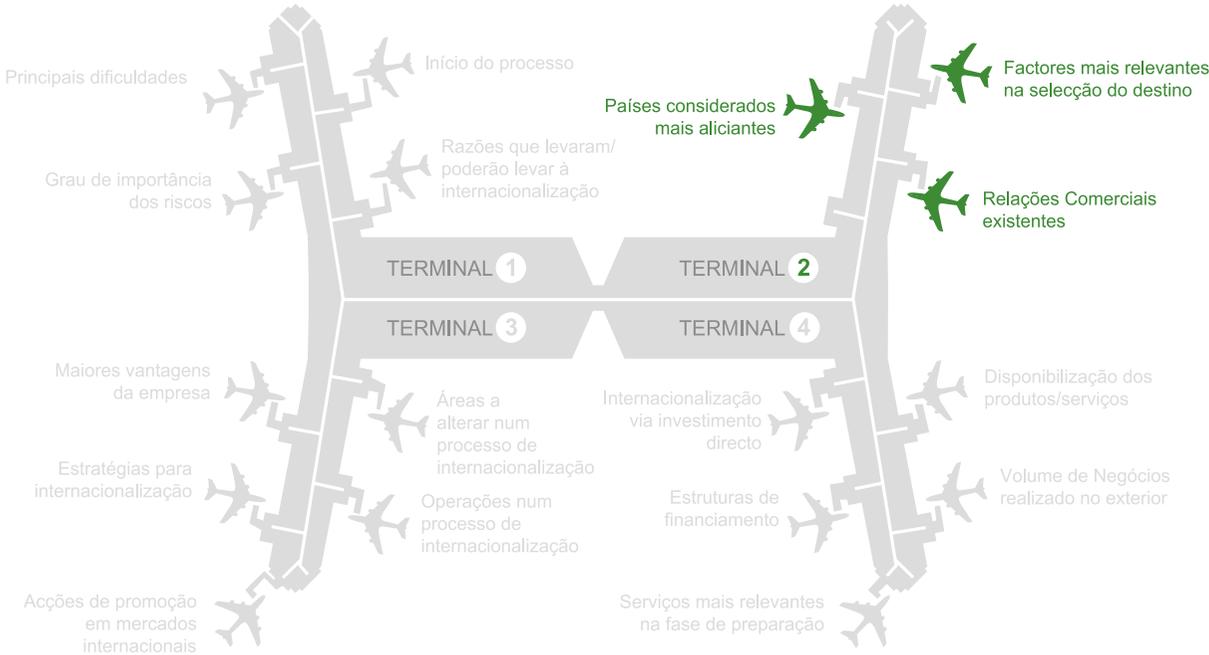


Estudo sem fronteiras

PMEs levantam voo

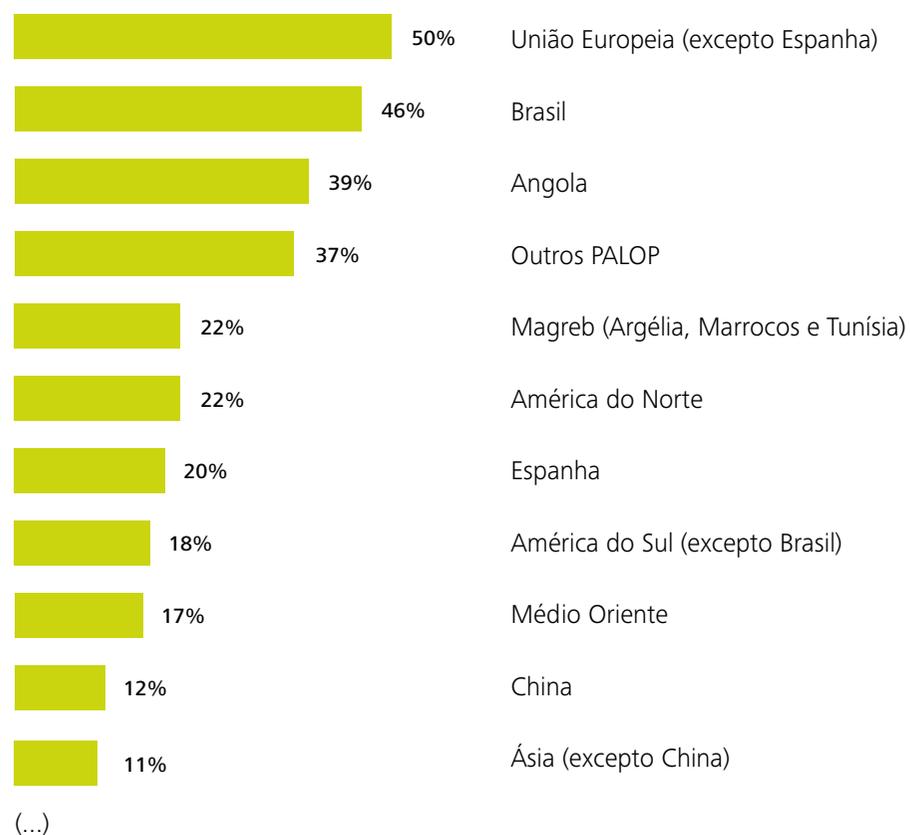


Terminal 2



Países considerados mais aliciantes

Países mais aliciantes

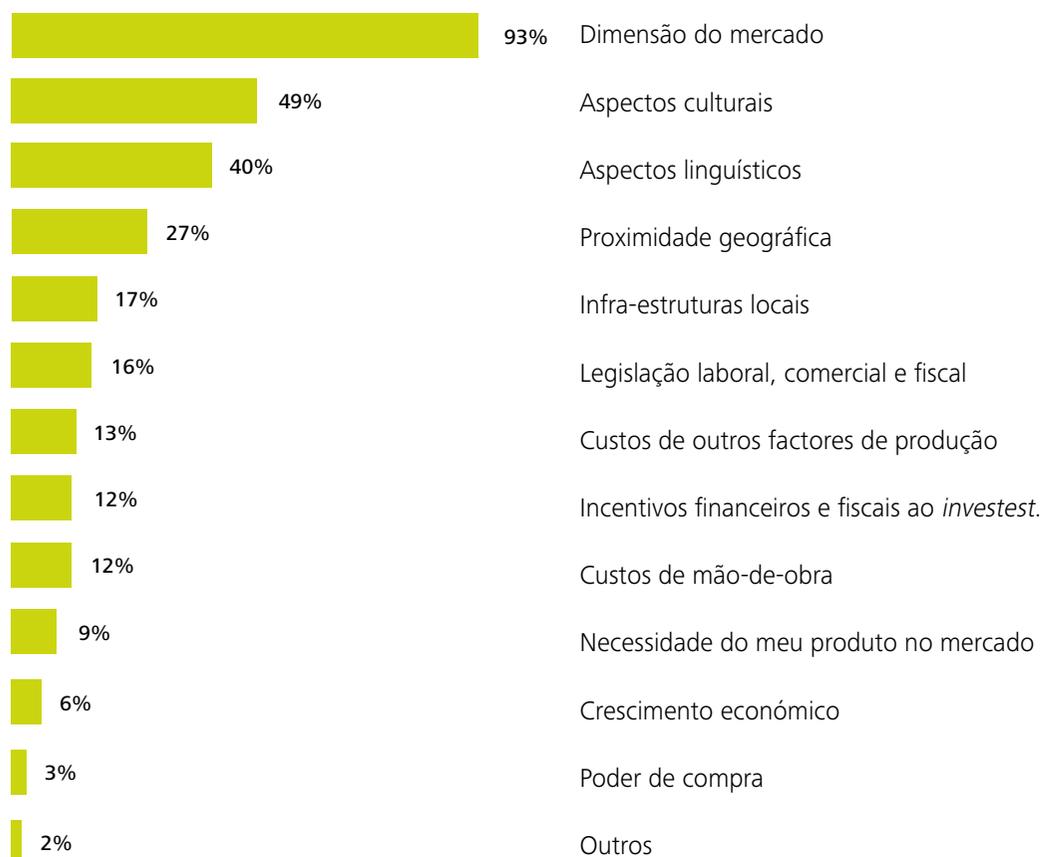


Sector de Actividade

Agroalimentar	Indústria transformadora	Construção e imobiliário	Comércio por grosso ou a retalho	Tecnologia, media e telecom.	Prestação de serviços
54%	65%	53%	41%	39%	43%
54%	33%	59%	40%	71%	54%
25%	32%	32%	55%	41%	44%
21%	24%	65%	45%	41%	49%
4%	30%	38%	19%	8%	25%
40%	30%	6%	15%	18%	15%
8%	24%	15%	22%	20%	15%
6%	23%	18%	12%	29%	16%
17%	19%	9%	17%	14%	17%
40%	6%	3%	15%	12%	8%
25%	6%	0%	15%	4%	11%
(48)	(188)	(34)	(110)	(51)	(102)

Factores mais relevantes na selecção do destino

Factores mais relevantes



Sector de Actividade

	Agroalimentar	Indústria transformadora	Construção e imobiliário	Comércio por grosso ou a retalho	Tecnologia, media e telecom.	Prestação de serviços
	92%	95%	88%	98%	88%	88%
	77%	41%	41%	52%	51%	45%
	29%	28%	59%	45%	61%	46%
	17%	40%	26%	22%	18%	23%
	15%	16%	15%	15%	25%	18%
	19%	15%	15%	14%	14%	21%
	8%	18%	12%	13%	10%	13%
	10%	9%	9%	16%	10%	13%
	2%	13%	24%	14%	2%	13%
	15%	10%	3%	7%	6%	11%
	4%	5%	9%	5%	10%	8%
	4%	5%	0%	1%	2%	0%
	2%	2%	0%	0%	4%	1%
	(48)	(188)	(34)	(110)	(51)	(102)

Países mais aliciantes e Factores mais relevantes

Uma conclusão que se poderá retirar do estudo de opinião efectuado é que aproximadamente metade das empresas que nele participaram consideram os países da União Europeia (excepto Espanha) e o Brasil como os países mais aliciantes para se internacionalizarem. Esta opinião é partilhada, essencialmente, pelas indústrias transformadoras no cenário europeu, que pretendem dar a conhecer a qualidade dos produtos portugueses em mercados próximos do local de produção e pelo sector de actividade das tecnologias, *media* e telecomunicações no Brasil, devido aos milhões de potenciais consumidores e pela afinidade cultural e linguística com aquele país.

Importa ainda referir que a indústria agro-alimentar e os sectores de construção e imobiliário possuem igualmente um peso significativo na escolha destes espaços geográficos. No caso do sector da construção, as empresas que responderam ao inquérito pretendem capitalizar a experiência adquirida nos últimos anos em Portugal, transformando essa experiência num aumento de rentabilidade.

Seguidamente, aparece o continente africano como o mais aliciante para a internacionalização das empresas que participaram no inquérito, nomeadamente em Angola e nos restantes PALOP. Esta opção surge pela oportunidade de criar valor acrescentado em áreas carentes de desenvolvimento nestes países, nomeadamente no sector do comércio por grosso ou a retalho em Angola e no sector da construção e imobiliário para os restantes PALOP. A indústria das tecnologias, *media* e telecomunicações considera igualmente estes mercados muito aliciantes.

As empresas que participaram no estudo de opinião consideram os países da União Europeia e o Brasil como os países mais aliciantes para se internacionalizarem

Neste estudo, os países asiáticos aparecem com a menor percentagem de intenção no processo de internacionalização.



Relações comerciais existentes

Principais mercados externos

Sector de Actividade

	TOTAL	Agroalimentar	Indústria transformadora	Construção e imobiliário	Comércio por grosso ou a retalho	Tecnologia, media e telecom.	Prestação de serviços
União Europeia (excepto Espanha)	64%	80%	79%	53%	59%	46%	49%
Espanha	43%	24%	62%	33%	42%	26%	26%
Angola	35%	36%	24%	50%	49%	41%	35%
Outros PALOP	21%	7%	14%	27%	18%	46%	33%
Brasil	18%	33%	8%	23%	13%	33%	20%
América do Norte	12%	24%	14%	3%	11%	4%	10%
Magreb (Argélia, Marrocos e Tunísia)	11%	2%	15%	20%	6%	4%	14%
Ásia (excepto China)	7%	16%	6%	0%	9%	4%	7%
Médio Oriente	7%	4%	6%	0%	7%	11%	7%

Relações comerciais existentes

Na perspectiva de segmentação por sector de actividade das empresas que participam do estudo, verifica-se que as indústrias agro-alimentar e transformadora apostam em mercados de localização geográfica mais próxima, enquanto que os restantes segmentos têm uma presença geograficamente mais homogénea. Neste âmbito, destaca-se o particular envolvimento das empresas de tecnologia, *media* e telecomunicações no mercado da CPLP, bem como das empresas de comércio por grosso ou a retalho no mercado Angolano.

As indústrias agro-alimentar e transformadora apostam em mercados de localização geográfica mais próxima, enquanto que os restantes segmentos têm uma presença geograficamente mais homogénea



Saiba mais em www.estudosemfronteiras.com

Contactos

Deloitte

Lisboa

Ed. Atrium Saldanha
Praça Duque de Saldanha, 1 - 6º
1050-094 Lisboa
Portugal
Tel. +(351) 210 427 500
Fax. +(351) 210 427 500

Porto

Bom Sucesso Trade Center
Praça do Bom Sucesso, 61 - 13º
4150-146 Porto
Portugal
Tel. +(351) 210 439 200
Fax. +(351) 225 439 650

Luanda

Edifício KN10
Rua Kwamme Nkrumah, 10 - 2º
Luanda
Angola
Tel. +(244) 222 679 600
Fax. +(244) 222 679 690

www.deloitte.pt

Para mais informações contacte ptdynamiccompanies@deloitte.pt

AICEP

Lisboa

Av. 5 de Outubro, 101
1050-051 Lisboa
Portugal
Tel. +(351) 217 909 500

Porto

Rua Júlio Dinis, 748 - 9º Dto
4050-012 Porto
Portugal
Tel. +(351) 226 055 300

www.portugalglobal.pt

Tel. 808 214 214

aicep@portugalglobal.pt

“Deloitte” refere-se à Deloitte Touche Tohmatsu Limited, uma sociedade privada de responsabilidade limitada do Reino Unido, ou a uma ou mais entidades da sua rede de firmas membro, sendo cada uma delas uma entidade legal separada e independente. Para aceder à descrição detalhada da estrutura legal da Deloitte Touche Tohmatsu Limited e suas firmas membro consulte www.deloitte.com/pt/about.