

Desafios de Portugal

EXPORTAÇÕES

As dez empresas
que mais vendem para
os mercados externos

- ▶ Conheça 11 casos de sucesso de PME
- ▶ Dicas e mercados para um plano de internacionalização
- ▶ As linhas de financiamento dos bancos e do Estado



CONHEÇA 11 PME DE SUCESSO NOS MERCADOS EXTERNOS

RAQUEL CARVALHO
raquel.carvalho@economico.pt



VIPEX EXPORTA 95% DO QUE PRODUZ

>> Com uma facturação de oito milhões de euros em 2011, mais 10,5% do que em 2010, e lucros de 154 mil euros, a VipeX exporta 95% do que produz, num total de 7,6 milhões de euros o ano passado, o que representou um crescimento de 11,1%. França, Alemanha e Tunísia são os principais mercados, mas a empresa está de olhos postos em Espanha, Suíça e no Benelux, países onde antecipa boas oportunidades. A empresa, que integra a rede PME Inovação Cotec desde Dezembro, desenvolve componentes de plástico em parceria com o cliente, fabricando por ano 400 mil máquinas de café para a Krups e Rowenta. Criada em 1970, a VipeX é presidida por Olímpio Caseiro, tendo como director-geral, Jorge Santos, seu genro.

No ano passado, as exportações para a União Europeia cresceram apenas 5,9%, um valor modesto face ao aumento de 37,9% registado nas vendas para o resto do mundo.



Mercados emergentes salvam

Ausência de financiamento está a dificultar o crescimento das exportações portuguesas.

ANTÓNIO DE ALBUQUERQUE
antonio.albuquerque@economico.pt

No ano passado, as empresas portuguesas venderam para os mercados externos mais de 42,3 mil milhões de euros, o que representou um crescimento de 15,1% em relação ao ano anterior e dos quais 31,3 mil milhões foram no espaço comunitário e os restantes com o resto do mundo, onde se destacam os países emergentes. Aliás, constata-se que os empresários portugueses estão à procura de outros mercados, nomeadamente naqueles em que se perspectiva um forte crescimento económico, como Brasil, Índia, China, México, África do Sul, com um volume de negócios que já ultrapassa em larga medida os mil mi-



ANTÓNIO SARAIVA
Presidente da CIP



O Governo deve encontrar mecanismos para financiar as empresas.

lhões de euros. Pouco ainda, mas essencial para abrir as portas para muitas mais empresas. Ou seja, é inquestionável o impacto dinamizador do mercado extracomunitário que parece ser agora o suporte para a evolução registada das contas externas nacionais. Os números dizem que o crescimento, registado no ano passado das exportações, contém um incremento de apenas 5,9% para as exportações destinadas à União Europeia e um aumento de 37,9% das exportações destinadas ao resto do mundo. Um esforço dos empresários que permitiu um “forte contributo positivo para a variação do PIB” em 2011 – isto é, a recessão teria sido ainda mais grave se não fosse pelo comportamento do comércio internacional. E não só. Pela primeira

vez as exportações foram superiores às importações feitas pelos portugueses. Mas se as empresas sabem o que querem, cabe agora ao Governo implementar políticas económicas que estejam em sintonia por forma facilitarem precisamente o processo de internacionalização. Ainda esta semana, António Saraiva, presidente da CIP, avisava quanto à urgência para que o “Governo encontre mecanismos disponibilizando financiamento às empresas”. António Saraiva referiu que sem financiamento as empresas vão continuar a fechar e a provocar uma maior destruição de emprego, numa altura em que o desemprego conhece níveis históricos – a taxa de desemprego atingiu os 15%, segundo dados do Eurostat. Mas o caderno de encargos das empresas, jun-



TFP CRESCE VENDAS NO EXTERIOR

» O grupo The Fladgate Partnership, que detém as marcas de vinho do Porto Taylor's, Fonseca e Croft cresceu em 36 dos 67 países para onde exporta. As exportações representaram, aliás, 87% do volume de negócios o ano passado, tendo crescido 2%. Os principais mercados da empresa, liderada por Adrian Bridge, são o Reino Unido, que representa 28% das vendas, os EUA, 16%, e Portugal, com 13%, sendo igualmente relevante o Canadá. O grupo, que facturou em 2011, 80,6 milhões de euros, mais 1% face a 2010, quer entrar este ano em cinco novos mercados: Chile, Colômbia, Perú, Uruguai e Paraguai. De realçar que o principal negócio é mesmo o vinho do Porto, que valeu 54,3 milhões da facturação consolidada, apesar das vendas terem descido 3,3% em 2011.

CASOS DE SUCESSO

OS NÚMEROS DO COMÉRCIO EXTERNO

Os principais destinos nas exportações portuguesas.

Intra União Europeia	31,33
Extra União Europeia	10,98
Espanha	10,49
Alemanha	5,75
França	5
OPEP	3,19
PALOP	2,92
Angola	2,33
Reino Unido	2,15
Países Baixos	1,66
Itália	1,54
Estados Unidos	1,49
Bélgica	1,33
Brasil	0,58
Mundo	42,31

Fonte: INE; valores em mil milhões de euros

Empresas portuguesas vendem para todo o mundo

Portugal tem vendas superiores a um milhão de euros em 155 países.

Portugal é uma economia pequena e com falta de competitividade à escala global, mas os empresários portugueses vendem os seus produtos praticamente para todo o mundo. O Diário Económico analisou os números e países para os quais Portugal exporta os seus produtos tendo em atenção vendas superiores a um milhão de euros. Os números são referentes ao ano passado e constata-se que são precisamente 155 países, com a Polinésia Francesa a ocupar o último lugar do 'ranking' com pouco mais de um milhão de euros de vendas.

Um número impressionante, tendo em atenção que a Organização das Nações Unidas (ONU) reconhece 193 países como independentes. Ou seja, as empresas portuguesas têm uma presença global e os dados não se ficam por aqui, já que Portugal vende ainda para 42 regiões e países autónomos não reconhecidos como países pela ONU. Refira-se que esta organização mundial identifica, entre países, países declarados independentes e autónomos, o número de 265.

Reforçar a cooperação

Uma realidade que reforça os argumentos de gestores e economistas que acreditam que é possível fazer muito mais pelas exportações portuguesas aproveitando, por exemplo a inter-ajuda entre empresas (cooperação) ou a diáspora portuguesa. Aproveitar as oportunidades que existem na comunidade portuguesa, ao nível do empreendedorismo inovador, pode potenciar crescimento das exportações de Portugal. Estes empresários portugueses, espalhados um pouco por todo mundo, podem ajudar através dos seus contactos como agentes facilitadores de um aumento das exportações. Aliás, muitos deles são empresários nesses mesmos países, sendo reconhecidos pelos seus pares, bem como pelas entidades públicas. Ou seja, constituir-se-ão como verdadeiros agentes da divulgação dos produtos portugueses e contribuir para o reforço da rede de contactos entre empresas portuguesas.

A par destes dados do mundo empresarial, também o Estado português tem uma presença em 77 países através das suas embaixadas, tendo ainda presença diplomática assegurada através de oito missões permanentes. Às quais acrescem as 50 delegações da AICEP em 44 países. Uma rede que coloca Portugal no mundo, mas que necessita de ser dinamizada para que o País possa superar os desafios. ■ A.A.

ONU avança com 265 países

As empresas portuguesas têm uma presença praticamente em todo o mundo e os dados não se ficam por aqui, já que Portugal ainda vende ainda para 42 regiões e países autónomos não reconhecidos como países pela ONU. Refira-se que esta organização mundial identifica, entre países, países declarados independentes e autónomos, o número de 265.

contas externas

to do ministério liderado por Álvaro Santos Pereira, não se fica por aqui. Os custos energéticos, seguros de crédito, questões alfandegárias e apoios à internacionalização são alguns dos temas que estão permanentemente em cima da mesa. Vejamos então por partes. Os empresários argumentaram contra o elevado custo da energia que lhes retira competitividade em relação aos seus congéneres, nomeadamente europeus. Um aumento de 14% no custo de energia eléctrica de 2010 para 2011 e estimam um novo aumento de 11% no custo de energia para 2012.

Mas entre os pontos mais discutidos está a dificuldade das empresas em conseguir custos mais equilibrados no acesso ao crédito. Uma questão transversal ao tecido empresarial,

mas que está a afectar, sobretudo, empresas cujo ciclo produtivo é temporalmente alargado. Acresce, segundo os empresários, que a banca está a praticar preços e a impor comissões sobre os serviços bancários a valores elevados. E estão neste momento a diminuir 'plafonds' em linhas de financiamento que são absolutamente vitais para o normal desenvolvimento da actividade das empresas.

Por fim, consideram essencial lançar linhas de crédito bonificado para medidas concretas de internacionalização que permitir às empresas, principalmente na conjuntura actual, aumentar a sua capacidade de internacionalização, assim como facilitar a criação de redes de distribuição, aspecto indispensável para a sua sobrevivência a médio prazo. ■

CASOS DE SUCESSO



RODI QUER CRESCER 10% EM 2012

>> Em ano de crise, a Rodi, fabricante de lava-loiças e aros e rodas para bicicletas, entrou em três novos países: Austrália, Roménia e Barhein. Armando Levi, CEO da empresa, disse ao Diário Económico que a empresa está presente em 60 países, mas que a estratégia passa por "captar novos clientes e mercados e estar no maior número de países". Com um volume de facturação em 2011, de 25 milhões de euros, menos 6% que em 2010, e com as exportações a pesarem 80% das vendas, Armando Levi antevê para 2012, um crescimento de 10%, "sempre sustentado pelas exportações", explica. Para tal, a empresa "quer entrar na América Latina e reforçar a presença na Ásia", tendo já "forte presença em África, no Médio Oriente e na Europa Central".

As dez empresas que mais vendem para os mercados externos

A multinacional portuguesa Sovena lidera o 'ranking' do sector das indústrias alimentares.

O Diário Económico foi saber quem eram as dez empresas que mais contribuíram para o volume de exportações, registado no ano passado, que atingiu o montante de 42,3 milhões de euros, bem como os respectivos sectores. Segundo o Instituto Nacional de Estatística, a fabricação de veículos automóveis lidera o

'ranking', com uma facturação superior a 5,3 mil milhões de euros, seguindo-se a fabricação de coque, produtos petrolíferos com 2,79 milhões de euros. Dois sectores onde pontificam empresas como a alemã Volkswagen, a Faurécia e ainda a Galp Energia. Refira-se que as vendas da Autoeuropa cresceram 36% face a 2010, atingindo um montante de 2.246 milhões de euros, quase metade do valor do sector. Logo a seguir está o sec-

tor químico com a Repsol no topo, seguindo-se a Fisipe.

A multinacional portuguesa Sovena que comercializa produtos como os óleos Fula ou os azeites Oliveira da Serra lidera o sector indústrias alimentares com as exportações a representarem cerca de 75% da sua produção para mais de 70 países. Neste sector, segue-se outra multinacional, mas desta feita helvética, a Nestlé, num sector que factura 2,59 mil milhões

de euros. No quinto lugar do 'ranking' dos sectores mais exportadores está a indústria do vestuário, liderada pela Polo-pique com 99,8% da facturação destinada às exportações, sendo Espanha o principal mercado e o grupo Inditex (detém a Zara) um dos mais relevantes clientes.

Conheça agora os números de exportações e os países que mais compram a estas empresas. ■ A.A.



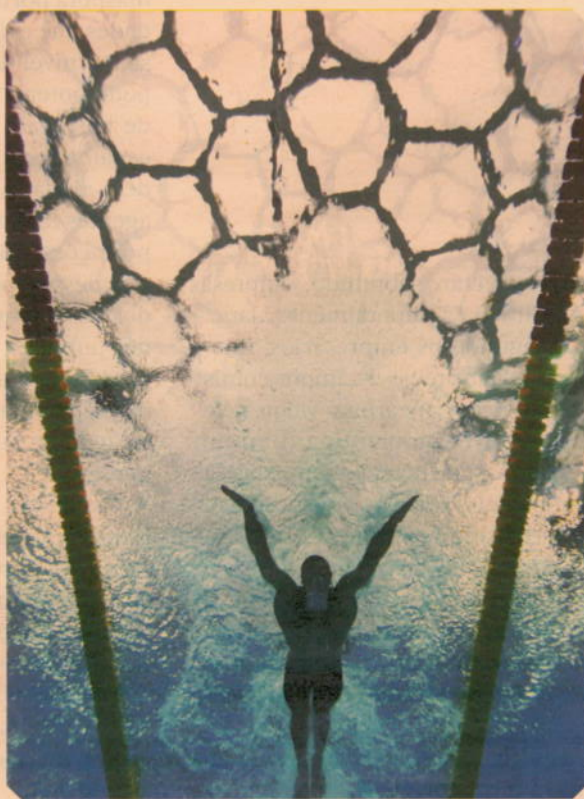
Paulo Alexandre Coelho

VW Autoeuropa é o segundo maior exportador nacional

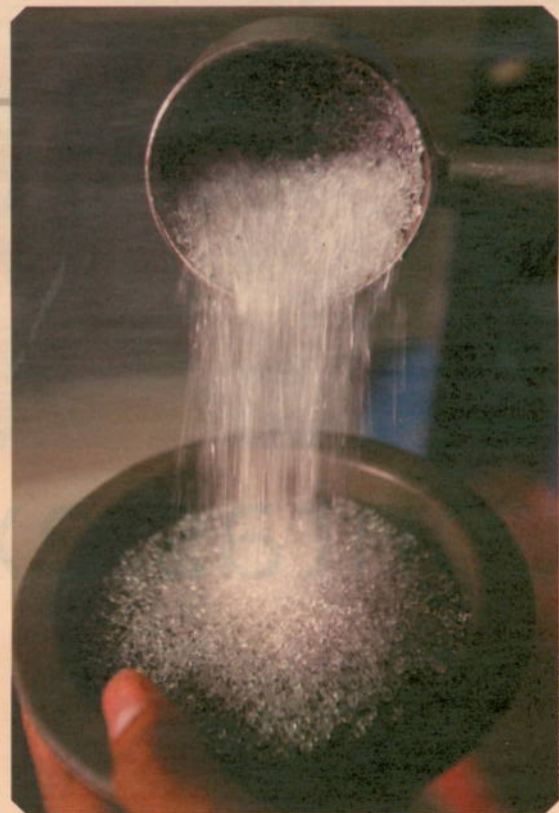
A VW Autoeuropa é a maior fábrica de automóveis do País e a segunda maior exportadora nacional. Em 2011, a VW Autoeuropa produziu 133.100 unidades, naquele que foi considerado por António de Melo Pires, director-geral da VW Autoeuropa, como "o melhor ano da última década". As vendas da Autoeuropa cresceram 36% face a 2010, atingindo um montante de 2.246 milhões de euros. Já a força de trabalho aumentou 21%, com a empresa a empregar 3.603 pessoas. Cerca de 98,9% da produção teve como destino as exportações. Alemanha, China e Reino Unido são os principais mercados de exportação. António de Melo Pires admitiu, na conferência de apresentação de resultados, estar atento à recessão económica que poderá afectar os principais mercados de exportação da Autoeuropa em 2012. ■ S.P.M.

Repsol Polímeros exporta 85% do que produz

Sem revelar valores, António Martins Victor, chefe de relações externas da Repsol Portuguesa, assume que a Repsol Polímeros, liderada por José Font, registou um volume de negócios em 2011 "superior ao de 2010, sobretudo porque os preços do petróleo foram superiores e isso tem muito impacto nesta actividade", explica. Victor adianta ainda que "as exportações continuam a representar cerca de 85% da nossa produção", sendo que dessas, quase metade vão para o mercado espanhol e a outra parte para outros países. No que toca a perspectivas para 2012, António Martins Victor, admite que "a situação não se irá alterar significativamente" e que "os preços do petróleo continuam a ser uma incógnita". ■ R.C.



Wolfgang Rattay/Reuters



Dario Pignatelli/Bloomberg

Lactogal, um grupo com dimensão ibérica

A Lactogal, detida pela Agros, a Pro-leite e a Lacticoop, é dona de marcas como a Mimosa ou Vigor. Segundo dados da Fenalac, estes três accionistas recolhem 820 milhões de litros de leite em Portugal, o que corresponde a 46% do total nacional. As vendas da empresa ascendem a mais de 682 milhões de euros em 2010 e os últimos dados que a empresa revelou sobre a exportação eram referentes a 2008, em que as vendas no mercado externo, através de Espanha, representavam cerca de 14% do total da facturação. O grupo liderado por Casimiro de Almeida definiu como objectivo conquistar quota e dimensão ibérica no sector dos lacticínios. A Lactogal pretende voltar a comprar a Renoldy, que produz e comercializa leite UHT apenas com as marcas da distribuição e que foi alienada por imposição do regulador no processo de concentração com a Leche Celta em 2007. ■ D.L.

CASOS DE SUCESSO



SILVEX PRESENTE EM 14 PAÍSES

>> Com vendas sustentadas em 14 países, a Silvex tem como principais mercados, Espanha, Itália, Angola e Cabo Verde. Porém, Paulo Azevedo, director-geral, realça a presença da marca em França, Bélgica, Malta, Inglaterra e Irlanda e revela que a empresa "está a trabalhar com distribuidores na América do Norte há um ano e vamos iniciar a primeira venda de película biodegradável para uso doméstico", diz. Aliás, é neste produto, que as exportações têm maior peso, 95%, "sendo os países mais significativos, os nórdicos". Em Portugal, os principais clientes são a grande distribuição. Em 2011, a Silvex registou um volume de negócios de 28,8 milhões de euros, mais 16%, sendo que o motor de crescimento foram as exportações que cresceram 87%.

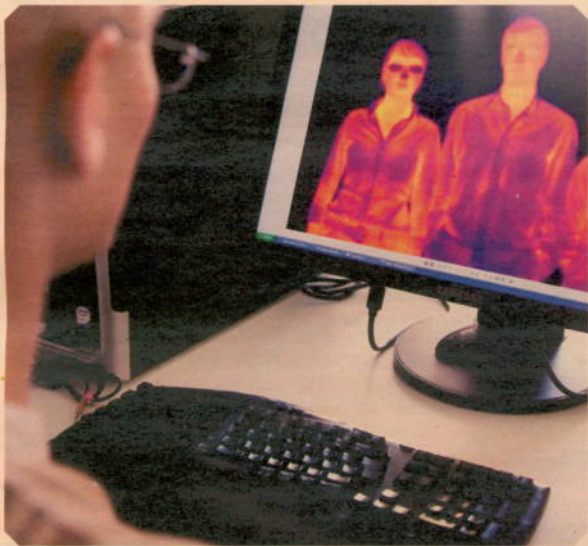
Polopique exporta 99,8% dos 71,5 milhões de vendas

A Polopique está entre as três maiores exportadoras do sector têxtil português. A empresa, especializada em vestuário em malha para senhora, registou vendas de 71,5 milhões de euros em 2011, um crescimento de 6% face ao ano anterior. Segundo Teresa Portilha, directora da Polopique, 99,8% da facturação é proveniente das exportações, sendo Espanha o principal mercado e o grupo Inditex (detém a Zara) um dos mais relevantes clientes. A têxtil emprega 150 pessoas e é responsável de forma indirecta por mais de dois mil postos de trabalho, dado que a produção é assegurada em regime de subcontratação. Como frisa Teresa Portilha, a Polopique insere-se dentro de um grupo empresarial que "actua na cadeia têxtil desde a plantação de algodão à tinturaria e acabamento, passando pelo desenho, fição e tecelagem". ■ S.S.P.



Nestlé Portugal exportou mais 27% em 2011

A produção das quatro fábricas que a Nestlé detém em Portugal já tem como destino os mercados internacionais. O destaque vai para a fábrica que produz cereais em Avanca, Aveiro, em que 51% da produção é destinada à exportação sobretudo para Espanha, França, Angola - entre outros PALOP -, Itália, Bélgica, Roménia e Bulgária. De acordo com o director-geral da Nestlé Portugal, António Reffóios, o grupo alimentar exportou 80 milhões de euros em 2011, mais 27,3% face ao ano anterior. Deste valor "80% vão para sociedades afiliadas do grupo". Nestlé, explicou António Reffóios. Este desempenho positivo das exportações contribuiu para o crescimento das vendas em 3,6% da Nestlé Portugal. ■ D.L.



Bruno Barbosa

Sovena já se assume como uma multinacional

A Sovena exporta cerca de 75% da sua produção para mais de 70 países a nível mundial. De acordo com o vice-presidente da Sovena, Jorge de Melo, apesar de ser um grupo 100% português em termos de capital "é já uma multinacional em termos de abrangência. O exterior representa, aproximadamente, 75% da facturação". Além de Portugal, está presente em Espanha, EUA, Marrocos, Tunísia, Angola e Brasil com fábricas e escritórios. Jorge de Melo explicou que a expansão geográfica tem assumido uma relevância cada vez maior para a marca Oliveira da Serra, com a exportação a registar crescimentos acima dos 30%. No início a marca estava mais orientada para o "mercado da saúde" e PALOP, mas nos últimos anos tem apostado "em mercados distantes como a Rússia, Índia e China". ■ D.L.



Galp factura 2,4 mil milhões no exterior

A petrolífera posicionou-se, em 2011, como a maior empresa exportadora, atingindo um volume de 2,4 mil milhões de euros. Este valor significa um crescimento de 27% face a igual período do ano anterior. Liderada por Ferreira de Oliveira, a Galp estima aumentar as exportações de produtos petrolíferos, na sequência dos investimentos realizados na reconversão das suas refinarias [Sines e Matosinhos] para níveis próximos dos quatro mil milhões de euros. A petrolífera canaliza os seus produtos para 30 destinos diferentes, compensando assim a quebra de consumo registada no mercado ibérico. Em Portugal, as vendas de gasolina e gasóleo caíram, durante o último ano, 11% e 8% respectivamente. Em Espanha a quebra do mercado foi de 4% na gasolina e 7% no gasóleo. ■ E.F.



Bruno Barbosa

Faurecia é o décimo maior exportador

A fabricante de componentes automóveis francesa entrou no 'ranking' dos maiores exportadores portugueses no ano passado. As vendas da unidade de Bragança, da Faurecia, atingiram os 314.667 milhões de euros, em 2011. "Praticamente a totalidade da produção destina-se à exportação", refere o responsável oficial do grupo Faurecia. Esta fábrica produz sistemas de escape completos e emprega 355 colaboradores. Paulo Rebelo é, actualmente, o director-geral da fábrica. Em Portugal, o grupo conta com sete fábricas. Em 2010, o grupo Faurecia - que tem como principal cliente nacional a VW Autoeuropa - teve um volume de vendas de 603 milhões de euros, em 2010. Este valor representou um aumento de 37% face a 2009. No final de 2011 a Faurecia empregava três mil pessoas nas fábricas de Bragança, Nelas, Palmela, São João da Madeira (três). ■ S.P.M.



Riopele garante no exterior 97% do volume de negócios

A Riopele, indústria especializada na produção de tecidos de moda, é uma das maiores exportadoras têxteis nacionais. A empresa liderada por José Alexandre de Oliveira foi responsável por um volume de negócios de 56 milhões de euros no ano passado, com as exportações a valer 97%. A Europa tem um grande peso nas vendas para o exterior, mas os tecidos da Riopele têm também uma forte presença nos EUA e Japão e chegam a mercados





EXPORTAÇÕES NA SAPHETY CRESCEM 100%

>> A Saphety, empresa portuguesa de soluções de simplificação e automatização de processos, instituiu 2011 como o ano em que arrancaria "em força para o mercado externo", explica Rui Fontoura, CEO, o que se traduziu num crescimento das exportações de 100%. Actualmente, representam apenas 10% da facturação atingida em 2011, 6,7 milhões de euros, mais 31% face a 2010, mas o objectivo passa "por sermos mais ambiciosos e chegar aos 20% em 2012, com o alargamento da actuação nos mercados onde já estamos e entrada nos mercados emergentes", diz. A empresa exporta para 17 países: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, França, Grécia, Holanda, Itália, Irlanda, Moçambique, Noruega, Polónia, Reino Unido, República Checa, Suíça e Suécia.



Fisipe factura mais de 127 milhões de euros

As exportações representam mais de 96% das vendas da Fisipe, empresa que em 2011, conseguiu "entrar em novos clientes com produtos de maior valor acrescentado", diz Tiago Gonçalves, director comercial da empresa. Como consequência, o volume de negócios atingido foi de 127 milhões de euros, mais cerca de 15% face a 2010. Para 2012, o responsável diz esperar que seja "um ano semelhante a 2011 no volume de negócios e no peso das exportações". Actualmente, a empresa exporta para 43 países, sendo que "os principais clientes estão no continente americano, Europa e China". Este ano, a Fisipe, liderada por João Manuel Dotti, vai iniciar exportações para a Rússia. ■ R.C.

Chris Reacliffe / Bloomberg



Antoine Antoniol / Bloomberg

Peugeot Citroën exporta 97% da produção total

A fábrica da Peugeot Citroën (PSA), situada em Mangualde, produziu, no ano passado, 50.290 veículos dos modelos Citroën Berlingo e Peugeot Partner. No ano passado, a PSA registou um volume de negócios de 400 milhões de euros, sendo que 94,4% da produção (47.459 veículos) destinou-se à exportação. "O ano de 2011 foi globalmente bom em termos de produção, emprego e facturação", refere Elísio Oliveira, director financeiro da PSA. A fábrica terminou o ano com 1.250 colaboradores, mas devido à quebra de encomendas dos principais destinos da produção de Mangualde, foi obrigada a cortar o terceiro turno, ficando com 900 pessoas. Actualmente, a produção diária da PSA é de 186 veículos. Para este ano, a fábrica liderada por João Mattosinho prevê produzir entre 40 mil e 45 mil veículos. ■ S.P.M.

PUB

www.cosec.pt



A COSEC ESTÁ ONDE ESTIVER O SEU NEGÓCIO.

Num mercado global cada vez mais competitivo, em que as novas tecnologias abrem novos caminhos e encurtam as distâncias, as melhores oportunidades para o seu negócio poderão estar lá fora.

Com mais de 40 anos de experiência, a COSEC apresenta um vasto leque de **Soluções de Seguro de Créditos** que permite apoiar a actividade comercial e a internacionalização das empresas portuguesas. Presente nos 5 continentes, a COSEC opera em mais de 52 países através da rede internacional da Euler Hermes, líder mundial em seguro de créditos, tendo assim acesso às melhores fontes de informação.

Segure o sucesso do seu futuro lá fora com a COSEC, a empresa nacional líder em seguro de créditos.

EXPORTAR.
CONNOSCO É MAIS SEGURO.



COSEC

COMPANHIA DE SEGURO DE CRÉDITOS, S.A.

CONTACTE-NOS:

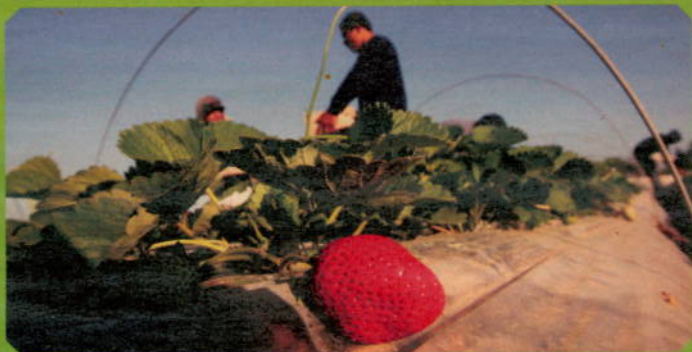
Rede Fixa: 217 913 700 / 226 070 600

Rede Móvel: 964 643 600 / 601 / 603

Linha Azul: 808 201 269

E-mail: cosec@cosec.pt

CASOS DE SUCESSO



LUSOMORANGO EXPORTA 95% DO QUE PRODUZ

» Criada em 2005, a Lusomorango tem crescido dois dígitos na facturação todos os anos. Em 2011, atingiu os 22 milhões de euros, mais 11% do que em 2010, "prevendo-se que cresça para os 24 milhões em 2012, e atinja entre 32 e 36 milhões de euros em 2013", diz Bernardo Peters, director comercial, que explica a estimativa com o peso que a produção de mirtilos iniciada este ano terá. É que a empresa faz produção de pequenos frutos, estando integrada no grupo Driscoll's, líder mundial neste segmento. A Lusomorango, liderada por Nuno Simões, produz três mil toneladas de framboesas, 3,5 mil toneladas de morangos e 300 mil toneladas de amoras, sendo 95% destinada a exportações, com os países do Norte da Europa a serem os principais clientes.

» 16 ANOS DE SUCESSO

Da parceria nasce em 1998 a primeira empresa conjunta, a C.T.E. (Compagnie Thermique Européenne), sediada em França a partir da qual começou a ser tratado o mercado europeu. Para apoiar esta estrutura, as empresas abriram nos anos seguintes estruturas comerciais em vários países: Lizmontagens UK em 1999, Liz Italiana em 2003, Lizmontagens, Kft (Hungria) em 2004, e em 2006 a Liz Montajes Térmicos S.L. e a Liz Polska. Já em 1999, aproveitando uma lacuna circunstancial no mercado brasileiro foi constituída a Liz Brasil vocacionada para a mesma indústria, mas estruturalmente preparada e apetrechada com os meios técnicos e humanos necessários para tratar o mercado brasileiro. Em 2003, foi constituída, em parceria com dois sócios estratégicos, a Brasco (Canadá) e a J.R.Dickinson Group (África do Sul), além da DBL Aluminium Services, vocacionada para tratar internacionalmente a indústria do alumínio.



Jorge Alves administrador da Lismontagens (à esq.) e João de Brito, administrador da Abrigada.

Uma parceria para conquistar 50% do mercado mundial

A Índia é a grande aposta, num mercado onde construção de habitação vai crescer a um ritmo muito significativo.

ANTÓNIO DE ALBUQUERQUE

antonio.albuquerque@economico.pt

São duas empresas que se juntaram com apenas um acordo de cavalheiros para conquistarem os mercados externos. Hoje a Abrigada, dirigida por João Brito e a Lismontagens, por Jorge Alves, são líderes mundiais com uma quota de mercado de 50%

no negócio de projectos industriais para a produção de vidro plano. Tudo começou em 1996 e na altura não facturavam juntas mais de dez milhões de euros. Ambas prestavam serviços de manutenção industrial em fornos e chaminés para qualquer sector industrial que incluía no seu processo produtivo este tipo de equipamentos. Agora, estimam uma facturação superior a 120 milhões de euros para este ano e equipa que oscila entre os 500 e 600 trabalhadores portugueses espalhados por todo o mundo. E neste momento estão apos-

Após 16 anos, marcam presença em praticamente todos os países da UE, mas também em países como a Rússia, Egipto, África do Sul, Índia e Irão, Arábia Saudita e nos Emiratos Árabes Unidos, entre muitos outros países.

tados no mercado asiático, concretamente com a abertura de empresas na Índia, Malásia e Japão. Mas é a Índia a grande aposta, num mercado onde acreditam os dois responsáveis que a construção de habitação vai crescer a um ritmo muito significativo já que dispõe de uma forte classe média. Após 16 anos, marcam presença em praticamente todos os países da União Europeia, mas também em mercados como a Rússia, e em África, com trabalhos no Egipto e África do Sul, na Índia e Irão, na Arábia Saudita e nos Emiratos Árabes Unidos, entre outros.

Questionados sobre o mercado chinês, ambos não o descartam, mas confessaram estarem com alguma dificuldade em encontrar um parceiro local, algo que é considerado como fundamental para o sucesso do negócio. Aliás, a par destes novos mercados pretendem também avançar para outras áreas de negócio

como por exemplo a concepção de chaminés industriais, podendo desta forma arrastar um sector essencial para a economia nacional que é o de metalomecânica. Contudo, não deixam de considerar o mercado nacional como residual e são muito críticos dos constrangimentos que estão a ser feitos ao financiamento por parte da banca e dos apoios proporcionados pelo ministério da Economia.

Questionados sobre o sucesso desta parceria, que em Portugal é única já que não existe qualquer formalização jurídica, João de Brito, administrador da Abrigada, apenas refere que "a capacidade de associação não é de facto uma característica que abunde no mundo empresarial português". E esta parceria é "exemplar porque existe confiança e respeito entre entidades, dirigentes, técnicos e pessoal. São o principal factor do sucesso até agora alcançado". ■

CASOS DE SUCESSO



CORTEX PRESENTE EM 55 PAÍSES

>> Carlos e Paulo Pereira e Manuel Alberto são irmãos e administradores da Cortex, uma empresa do sector têxtil, onde as exportações representam 96% da facturação, que, em 2011, atingiu 57,4 milhões de euros, registando um crescimento de 32%. Para 2012, a empresa espera crescer as vendas entre 6% e 10%, sendo este aumento todo para exportação, com os mercados alvo a serem o segmento do enfiamento agrícola, industrial e pescas. Fonte oficial da empresa assume que a Cortex "não tem limites quanto aos mercados geográficos a atingir" e que o objectivo é "descer o mais possível na cadeia de distribuição". Hoje, a empresa tem distribuição própria nos EUA, Canadá, Reino Unido, França, Holanda e Brasil, (aqui também com produção), mas exporta para 55 países.

Dicas e mercados para um plano de internacionalização

Depois de exportar, a internacionalização pode ser o passo seguinte para o crescimento.

HERMINIA SARAIVA
herminia.saralva@economico.pt

Algumas oportunidades podem surgir de onde menos se espera e em matéria de internacionalização isso pode significar olhar para a Indonésia ou Paraguai. A análise é de José Gonzaga

Rosa, 'partner' da Ernst & Young, um dos especialistas ouvidos pelo Diário Económico para traçar alguns caminhos de expansão internacional para as empresas portuguesas.

Com a economia portuguesa em recessão, a independência dos ciclos económicos internos é fundamental para garantir crescimento. "Das 350 mil empresas em Portugal, apenas 5% exportam e um número muito mais reduzido está implementado em algumas geografias", recorda fonte oficial do BES.

Ponto de partida: saber é tempo e dinheiro e com isto há algo que nunca se deve fazer, alerta Tomás Pessanha, sócio da PLMJ e responsável pela área de Corporate e M&A: "Improvisar" gera erros e erros custam dinheiro.

A avaliação da capacidade de investimento deverá ser uma das primeiras tarefas da internacionalização. "Muito relevante é a capacidade da estrutura em Portugal aguentar um processo de internacionalização", defende fonte oficial do BES. O ideal, sugere o presidente da Associação Industrial Portuguesa - Câmara de Comércio e Indústria (AIP-CCI), José Eduardo Carvalho, é que as empresas olhem atentamente para dentro antes de se virarem para fora e que avaliem "recursos humanos, capacidade financeira e produtiva e potencial de internacionalização com base nos produtos, possibilidade de diferenciação, canais de distribuição, possíveis vantagens competitivas...". Fonte do Millennium bcp resume: "As empresas devem ter algum músculo financeiro. Uma empresa que está em grandes dificuldades em Portugal dificilmente terá sucesso num mercado alternativo".

Novos destinos e modelos

Entre os destinos menos óbvios, Gonzaga Rosa acrescenta a Irlanda ou o Reino Unido. Depois há uma longa lista de países para os quais as empresas portuguesas devem olhar. Não só pelo crescimento estimado, mas também pela

Decisões a tomar

>> As empresas devem decidir se querem vender para esse mercado ou se planeiam exportar a partir do mesmo.

>> Fazer uma aferição realista dos custos de implantação e do tempo necessário para o arranque do investimento.

>> Avaliar disponibilidade de recursos humanos para desenvolver actividade.

>> Confirmar a necessidade de parceiro local.

>> Avaliar a capacidade de angariação local de financiamento.

>> Determinar a capacidade de expatriamento de lucros.

>> Estudar a qualidade da logística e dos fornecedores.

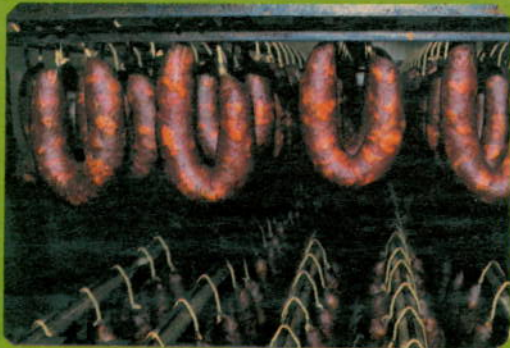
>> Estabilidade política e social.

Os empresários portugueses estão à procura de outros mercados, nomeadamente naqueles em que se perspectiva um forte crescimento económico.



proximidade cultural e linguística e afinidades criadas por longos anos de imigração. Angola, Moçambique, Brasil, América Latina no geral, Venezuela e México em particular, e África do Sul. Falta acrescentar a China, cada vez mais incontornável, até pela entrada de grandes empresas chinesas no processo de privatizações em Portugal, diz Tomás Pessanha. Avaliado o mercado - o que pode ser feito com a ajuda de organizações como a AIP-CCI ou a AICEP, que já fizeram parte do trabalho de recolha de informação - será altura de definir modelos de internacionalização: exportação directa através de agentes, implementação de rede comercial ou investimento local. Aqui há outra lista de avaliação a seguir. Sem ser exaustivo, o presidente da AIP-CCI refere questões como transporte e logística, meios e

formas de pagamento, apoios à exportação ou ao investimento, benefícios fiscais. "No caso de investimentos, haverá também que ter em conta a existência ou não de mecanismos legais relativamente à segurança do investimento, legislação laboral, repatriação de lucros, e formas de cobertura de determinados riscos de natureza extraordinária", diz. A análise do mercado deve ocorrer antes ou em paralelo com a escolha de um parceiro local - há mercados em que esta é a única possibilidade de entrada. E, neste caso, Tomás Pessanha adverte que "um processo de selecção pouco cuidado pode ter efeitos verdadeiramente nefastos". Na hora de internacionalizar, também não se deve subestimar o conhecimento do 'vizinho', recomendam os especialistas. ■



INDÚSTRIA DE CARNES DE GÂNDARA

>>PARA A EMPRESA, o ano passado foi positivo com um crescimento de 22% em relação a 2010, uma percentagem que reflecte uma facturação superior aos 5,3 milhões de euros, sobretudo à custa dos mercados externos que cresceram 55% e que já representam 43% da facturação total, como confirmou Jorge Cadete, administrador da empresa. E para o corrente ano, a empresa tem como objectivo alcançar uma facturação de 50% nos mercados externos, concretamente através do mercado angolano. A par daquele mercado vende para mais dois países e está a estudar dois novos mercados, que confessou o responsável, "ainda não estão numa fase muito adiantada". Questionado quanto ao mercado nacional, "a grande preocupação prende-se essencialmente com as cobranças, que prevemos sejam gradualmente mais difíceis" com perspectivas "não muito animadoras".

Sector bancário português concentra-se no financiamento às PME

Os bancos dizem estar disponíveis para apoiar as PME. Mas obrigações impostas pela 'troika' e os custos do crédito não deixam margem para grandes aventuras.

MARIA ANA BARROSO
maria.barroso@economico.pt

Quase parece combinado mas não é. Os bancos parecem estar mesmo sintonizados na aposta no financiamento às pequenas e médias empresas (PME). Não há nenhum presidente de uma instituição bancária

que não sinalize ser essa a estratégia para o crédito. Nos particulares, a procura de financiamento para compra de casa tem vindo a cair e o custo do acesso ao crédito disparou. Nas empresas, os bancos viram-se para as PME, afinal o grosso do tecido empresarial nacional. Alguns chegam mesmo a justificar a selectividade com o facto de as grandes empresas terem ainda outras vias de obtenção de financiamento - que não o bancário - a que as empresas de menor dimensão não conseguem chegar.

Têm sido vários os bancos a anunciar linhas de crédito para empresas, sobretudo PME, por vezes relacionados com os programas de apoio a este segmento do Governo. O BPI, o Santander Totta e o BES são alguns dos bancos a lançar pacotes de financiamento nos últimos meses. O banco liderado por Fernando Ulrich, que tinha lançado em Fevereiro uma linha para empresas de mil milhões de euros, lançou há duas semanas uma outra, de 500 milhões. A linha 'BPI Negócios 2012' tem por objectivo exclusivo o financiamento de PME que actuem em Portugal. A CGD disponibilizou o acesso a 1,5 mil milhões de euros, proveniente da linha PME Crescimento.

O Santander Totta, por exemplo, afirma ter 1,5 mil milhões de euros disponíveis para financiar as pequenas e médias empresas (PME). O objectivo é que, deste montante, cerca de 150 a 200 milhões de euros sejam concedidos através do programa PME Crescimento lançado recentemente pelo Governo. Também o BCP aposta neste segmento. "A oferta de crédito tornou-se mais selectiva devido às condições conjunturais, mas dentro da nossa oferta foram privilegiadas as soluções de apoio à exportação e de antecipação de cobranças", referiu recentemente fonte do banco ao Diário Económico. Além das linhas PME Investe e PME Cresci-

Têm sido vários os bancos a anunciar linhas de crédito para empresas, sobretudo PME, por vezes relacionados com os programas de apoio a este segmento do Governo.

mento, o banco tem uma linha de 'leasing' de equipamentos associada a fundos do BEI, e a linha de apoio ao empreendedorismo e criação do próprio emprego.

O apoio à tesouraria das empresas está também no foco dos bancos. O BES tem a 'BES Express Bill', solução de gestão de pagamentos e recebimentos. Também o Santander Totta disponibiliza este tipo de linhas às empresas. Fonte oficial do banco explicou que o Totta tem disponíveis "as contas correntes, a linha PME Crescimento com apoio do Estado e gerida pela PME Investimentos cujas características são públicas, bem como as linhas comerciais de apoio à Tesouraria de factoring e confirming". Já fonte oficial da CGD salientou a existência de mais de dez produtos de apoio à tesouraria das empresas.

A dúvida reside ainda em saber até que ponto é que da teoria se tem passado à prática. Os últimos números, por exemplo, traçam uma realidade diferente. O relatório divulgado pela Comissão Europeia, a propósito da terceira avaliação do programa de ajuda a Portugal, chama a atenção para a contracção no financiamento dos bancos às empresas. Bruxelas afasta o cenário de um 'credit crunch' mas alerta para a queda do crédito ao segmento empresarial. A Comissão recorda os últimos dados do Banco de Portugal, que revelam que, no último trimestre de 2011, o crédito às empresas caiu 1,8%.

Recentemente foi o próprio presidente do Banco Central Europeu (BCE) quem veio levantar dúvidas quanto à tradução dos leilões feitos nos últimos meses em real novo financiamento da banca à economia.

A verdade é que, em Portugal e para além de os bancos terem de reflectir o seu maior custo de financiamento nos 'spreads' cobrados aos clientes, o sector está pressionado a desalavancar fortemente nos próximos anos. No âmbito da ajuda externa a Portugal, os oito principais grupos bancários do mercado estão obrigados a atingir, até 2014, um rácio de transformação (crédito sobre depósitos) de 120%. Ora tendo em conta que a capacidade de poupança dos particulares é cada vez mais limitada, o corte no crédito é a principal forma de reduzir este rácio. ■





GARLAND PREVÊ AUMENTAR EXPORTAÇÕES

>> Em 2011, o Grupo Garland atingiu os 80 milhões de euros, mais 2,8 milhões de euros, ou seja, 4% face a 2010. De destacar que a actividade internacional representou 68 milhões de euros no volume de negócios, o que equivale a 85% do total. Segundo Bruce Dawson, presidente do Grupo, as perspectivas para este ano são positivas. "Contamos aumentar a facturação em 2012 entre 5 a 7% e temos sentido um movimento ascendente nas exportações, pelo que prevemos um crescimento nesta área, a qual compensa a diminuição nas importações". A empresa tem mais de 4.500 clientes em vários sectores, entre os quais o automóvel, têxteis, moda e vinhos, trabalhando na China, Turquia, Marrocos, Estados Unidos, Brasil e outros países da América do Sul.

Os bancos parecem estar mesmo sintonizados na aposta no financiamento às pequenas e médias empresas (PME).

OPINIÃO

O desafio das exportações

As exportações portuguesas já ultrapassaram o máximo histórico de 2008.

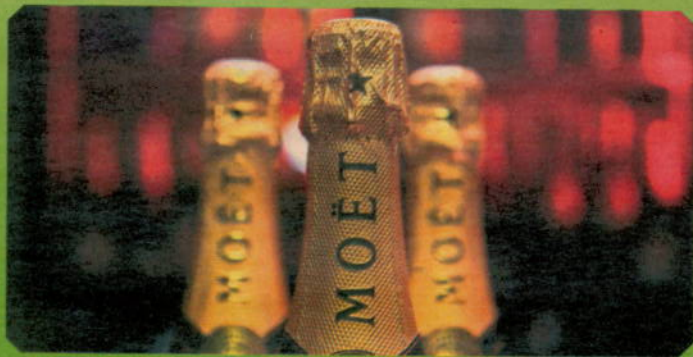
No último trimestre de 2011, a economia portuguesa observou um saldo externo positivo, resultado da desaceleração das importações de bens (+1,0% face a 2010), explicada pela acentuada contracção da procura doméstica, mas sobretudo pela forte expansão das exportações de mercadorias (+15,2%). Com efeito, as exportações portuguesas já ultrapassaram o máximo histórico de 2008 e dados referentes a Janeiro de 2012 confirmam o bom momento.

A despeito de insuficiências de competitividade, os produtos nacionais ganham novos mercados. Enquanto a procura interna se revelou dinâmica, a busca de mercados alternativos não foi encarada com urgência. Porém, a composição do produto, que se espera emerja no final do presente processo de ajustamento, elege as exportações como pedra basilar do crescimento sustentado. As exportações para a Europa correspondem a 74% do total, com destaque para Espanha, Alemanha e França (perfazem 50,4% do total). A relevância dos mercados europeus para os exportadores nacionais explica-se pela inexistência de barreiras alfandegárias, ausência de risco cambial e diminuto risco de crédito. Contudo, as projecções do Fundo Monetário Internacional (FMI) apontam para expansão económica modesta dos países avançados (1,2% e 1,9% em 2012 e 2013, respectivamente) que comparam com acentuado dinamismo nas economias emergentes (5,4% e 5,9% em 2012 e 2013, respectivamente). Entre os mercados, onde as exportações portuguesas mais têm crescido nos últimos anos, contam-se: Angola (22% em 2011); Brasil (33%), Marrocos (28,2%), China (67,9%) e Argélia (66,8%). A entrada nestes novos mercados comportam riscos relevantes, os quais, frequentemente, podem ser mitigados. Em alguns casos, é importante assegurar parcerias locais ao nível da logística. Noutros, justifica-se a contratação de seguros de crédito. No passado recente, conhecem-se exemplos de aparente sucesso de exportação transformados em perdas avultadas por incumprimento do importador. Noutros ainda, recomenda-se protecção de risco cambial. Os novos mercados oferecem maior potencial de expansão, mas maior risco. Portanto, ao esforço bem sucedido de busca de destinos alternativos impende uma cuidada avaliação dos riscos e a adopção de soluções adequadas para os mitigar. Nesta conjugação de factores reside o sucesso individual dos exportadores e da capacidade de Portugal reconfigurar o motor de expansão económica. ■



CRISTINA CASALINHO
Economista
BPI

A composição do produto, que se espera emerja no final do presente processo de ajustamento, elege as exportações como pedra basilar do crescimento sustentado.



GRUPO CARMO NAS UVAS MOËT & CHANDON

>> Moët & Chandon é talvez o mais famoso cliente do Grupo Carmo, que trabalha na preservação industrial da madeira. Para a famosa marca de champanhe, constrói e monta os postes em madeira tratada que sustentam as uvas, mas o grupo, constituído por dez empresas e presidido por Jorge Milne e Carmo, tem também como clientes, arquitectos, promotores imobiliários, empresas de obras públicas e construção e empresas de distribuição, bricolage e jardinagem. Com presença física em Portugal, França e Espanha, o grupo tem actualmente uma forte presença internacional, exportando para mais de 30 países. As vendas para o exterior, representaram, aliás, mais de 50% do volume de negócios atingido em 2011.

Economia já recebeu nove mil milhões dos fundos comunitários

Em cinco anos, o actual quadro comunitário de apoio (QREN 2007-2013) tem uma taxa de execução de quase 40%. Empresas estão no fundo da tabela.

MÓNICA SILVARES

monica.silvares@economico.pt

A economia nacional já recebeu nove mil milhões de euros em pagamentos comunitários. Este valor, que diz respeito a dados de meados de Março, corresponde a uma taxa de execução de 41,5%.

Os dados avançados ao Diário Económico pelo gabinete do secretário de Estado adjunto da Economia e a do Desenvolvimento Regional, Almeida Henriques, dão conta de um pequeno avanço na taxa de execução do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN) relativamente ao final do ano passado (39%, o que corresponde a um volume de despesa de 8,3 mil milhões de euros), mas ainda são provisórios, ou seja, estão por consolidar, já que os valores do Fundo Social Europeu vão alterar os resultados finais. O desempenho modesto é ainda justificado pelas autoridades com o facto de os dois primeiros meses do ano serem tradicionalmente fracos em termos de actividade empresarial, já que muitas empresas os aproveitam para fazer gestão de stocks. Além disso, os 9,06 mil milhões de despesa têm ainda em conta os cerca de 250 milhões de euros que foram pagos aos promotores através de adiantamentos.

As empresas são precisamente a área que tem a taxa de execução mais baixa dos fundos comunitários. Com cerca de 37% de execução, o Programa Operacional Factores de Competitividade está na base da pirâmide, contrastando com os 51% do Programa Operacional Potencial Humano que se ocupa do financiamento da formação profissional e outras iniciativas de promoção do emprego – uma área vital na economia, confrontada com uma taxa de desemprego de 14,5% este ano e que, segundo a Comissão Europeia continuará nos 12,4% em 2015. Já os programas operacionais regionais do continente apresentam uma taxa de execução de 35%, enquanto nas ilhas se eleva para 51%.

Numa óptica diferente, a das taxas de compromisso – ou seja, o dinheiro que já está reservado para projectos que receberam luz ver-

Até ao final deste mês deverá ficar concluída a “operação de limpeza”, iniciada a 14 de Março e que tem por objectivo libertar 1,15 mil milhões de euros em verbas que foram consignadas a projectos que não executados.

de para obter financiamento comunitário – a taxa global eleva-se para 83%, mais uma vez, um valor muito semelhante ao registado no final do ano. A este nível as empresas (PO Factores de Competitividade) têm uma taxa de aprovação de 91%, os sistemas de incentivo têm uma taxa de 100%, as regiões do Norte, Centro, Lisboa, Alentejo e Algarve de 92% e Açores e Madeira de 85%. As taxas superiores a 100% justificam-se com o facto de os fundos funcionarem numa lógica de ‘overbooking’ para que acha projectos em ‘pipeline’ caso se verifique alguma desistência, mas também para garantir que projectos de qualidade não fiquem à margem.

No entanto, até ao final deste mês deverá ficar concluída a “operação de limpeza”, iniciada a 14 de Março e que tem por objectivo libertar 1,15 mil milhões de euros em verbas que foram consignadas a projectos que não executados. O Ministério da Economia anunciou a “reavaliação e cancelamento de financiamentos contratualizados há mais de seis meses sem qualquer execução, aprovados mas sem contrato celebrado (por razões imputáveis ao promotor) ou com um nível de realização financeira igual ou inferior a 10% do montante aprovado”. Em causa estarão cerca de 2.200 projectos dos quais 310 com baixa execução (num limiar igual ou inferior a 10%), num volume de aproximadamente 350 milhões de euros de financiamento atribuído.

Com o desfecho da “operação limpeza” é dado mais um passo para a conclusão da reprogramação estratégica do QREN e serão libertados recursos financeiros para novas apostas a definir na referida reprogramação. “Esta operação é vital para relançar a execução do QREN e apoiar investimentos que animem a competitividade da economia, a criação de emprego e o desenvolvimento regional”, disse Almeida Henriques quando anunciou o arranque da operação de limpeza. Ao fim de 30 dias serão ainda conhecidas as várias excepções de projectos que pelo seu relevo merecem manter o financiamento ainda que os prazos de execução não estejam a ser cumpridos. ■

Capital de risco

O capital de risco e os ‘business angels’ podem ser alternativas para muitas empresas, num momento de difícil acesso ao crédito. Até porque existem presentemente cerca de 150 milhões de euros disponíveis para apoiar novos projectos.

A operação é simples: consiste em tomar uma participação minoritária no capital social de uma empresa, assegurando assim o suporte financeiro ao seu desenvolvimento. O objectivo é conseguir a valorização da empresa para que, a médio/longo prazo, a capital de risco possa vender a sua posição, ganhando dinheiro.

No mercado existem várias opções: as públicas e as privadas. Ao nível estatal está em curso a reestruturação das capitais de risco que passa pela concentração numa só entidade de



MERCADO INTERNACIONAL COM PESO DE 60%

>> A Jayme da Costa foi fundada em 1916 por Jayme da Costa e é a empresa responsável pela electrificação de Portugal, tendo sido também quem criou as primeiras centrais hídricas no País. Iniciou a sua actividade como empresa de engenharia e construção de equipamentos eléctricos e instalações de baixa e média tensão, mas depressa entrou na área das energias renováveis, automação e controlo e sistemas de domótica e multimédia. Carlos Cardoso é o administrador-delegado desta multinacional constituída por oito empresas, cinco delas no estrangeiro. Espanha, França, Angola, Cabo Verde e Argélia. Mas o grupo exporta para Moçambique, Brasil e Macau, sendo que o mercado internacional representa 60% da facturação total, que ronda os 30 milhões de euros.

O Ministério da Economia, liderado por Álvaro Santos Pereira, vai identificar os investimentos que não estão a ser executados e assim libertar 1,5 mil milhões de euros que poderão ser alocados a outras prioridades.



têm 150 milhões para investir

todas as capitais (InovCapital, AicepCapital, Turismo Capital, PME Investimento e Caixa Capital) chefiada por José Epifânio da Franca e Luís Filipe Carvalho Lopes. Mas no mercado privado há muitos mais. Inclusivamente, no âmbito do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN), o programa Compete aprovou a constituição de 21 fundos de capital de risco dos quais 13 já estão em pleno funcionamento - alguns vocacionados para áreas específicas - bem como o financiamento de 54 sociedades de 'business-angels' criadas e já em funcionamento.

As empresas podem recorrer às capitais de risco em diferentes fases da sua vida, no momento da criação (Seed Capital e Start-up), da sua expansão ou reorientação estratégica

(Turnaround) ou ainda para em operações de Management Buy Out (MBO) e Management Buy In (MBI).

Ao nível dos 'business angels' o fundo de co-investimento criado é dotado de 42 milhões de euros: 28 milhões procedem de fundos comunitários (FINOVA), 12,5 milhões de investidores privados (cerca de 200) e 1,5 milhões da Caixa Capital. Os projectos elegíveis são de empresas criadas este ano, ou no máximo em 2009, nas regiões Norte, Centro ou Alentejo. Além disso, as empresas devem operar nas áreas da indústria, energia, construção, comércio, turismo, transportes/logística, serviços. Destes 42 milhões de euros seis milhões já foram aplicados, estando o investimento dos restantes 36 prometido até Junho de 2013. ■ M.S.

Saiba o que muda nos seguros de crédito

O Executivo introduziu algumas alterações para responder às exigências das empresas.

Com o abrandamento económico em alguns dos principais mercados de exportação, os riscos de incumprimento aumentam e os seguros de crédito ganham uma nova preponderância. Perante as dificuldades crescentes das empresas - confrontadas com a contracção de 3,4% da economia nacional, dificuldades de acesso ao crédito e um agravamento da carga fiscal - o Executivo decidiu introduzir, este ano, algumas alterações ao funcionamento dos seguros de crédito.

Por exemplo, as empresas quando exportam para países fora da OCDE, Turquia e México podem recorrer a uma linha de seguros de crédito que conta com uma dotação de mil milhões de euros, mas está apenas protocolada com a COSEC, que agora vê o seu poder de decisão ampliado de forma a poder dar luz verde a operações até um milhão de euros e não apenas 500 mil euros como até aqui. Esta alteração tem por objectivo acelerar o processo de decisão já que não será necessário ficar dependente do aval da Direcção-Geral do Tesouro, a instituição que garante esta linha na totalidade. Por outro lado, a garantia global prestada pelo Estado, no valor de cem milhões é reforçada para 200.

Outra das alterações reside no reforço em 400 milhões de euros da linha de seguro de crédito OCDE II que conta agora com uma dotação de mil milhões de euros. Por outro lado, o Executivo decidiu, dado o nível de sinistralidade da linha, justificado por se cobrirem 'ratings' mais gravosos, ajustar a sua taxa de prémio de 0,25% para 0,40% baixando assim o esforço financeiro líquido por parte do Estado. Além disso, foram redistribuídos os 'plafonds' de acordo com a taxa de execução histórica.

Finalmente, ao nível da linha OCDE I, o Executivo decidiu distribuir o valor da linha pelas seguradoras em função da utilização efectivamente demonstrada e não em função das quotas de mercado que tem prevalecido, isto para garantir uma maior eficiência e eficácia na utilização dos fundos públicos. Por outro lado, também aqui os 'plafonds' foram redistribuídos de acordo com a taxa de execução histórica. Esta é uma linha de seguro de apoio ao crédito comercial das empresas para países da OCDE com uma dotação global de mil milhões de euros, sendo que 500 milhões têm garantia do Estado através da Sociedades de Garantia Mútua e os restantes 500 milhões de euros são garantidos pelas quatro companhias de seguro de créditos subscritoras do protocolo celebrado.

Em vigor está ainda a linha que se destina às empresas que produzam ou exportem bens de equipamento ou produtos com longos períodos de fabricação, no mínimo de quatro meses (OCDE III) que tem um montante global de 200 milhões de euros e o 'plafond' de garantia do Estado é de 150 milhões de euros. Mas nesta linha de crédito não estão previstas alterações para este ano. ■ M.S.

Linhas para Angola e Rússia

A linha de cobertura dos riscos de crédito à exportação para Angola, garantidas pelo Estado através da COSEC, foi aberta em finais de 2004 e conta com um montante de mil milhões de euros, mas funciona numa base evolutiva. Os créditos deverão respeitar um pagamento inicial (mínimo de 15%), o prazo de reembolso não deve ultrapassar sete anos, as prestações de capital são iguais, semestrais e sucessivas, vencendo-se a primeira seis meses depois do ponto de partida do crédito. Já a linha de cobertura dos riscos de crédito à exportação para a Rússia visa financiar as exportações de bens de equipamento e serviços para a Rússia tem um montante de 200 milhões, e está em vigor até 14 de Abril de 2013. A sua utilização mínima é de cem mil euros e o montante financiável até 85% do valor do contrato comercial. O reembolso terá de ser feito num prazo de dez anos, em prestações de capital, iguais, semestrais e sucessivas, vencendo-se a primeira seis meses após a data do ponto de partida do crédito.