

**Diplomacia Económica e Internacionalização da Economia
Portuguesa**

Tiago Filipe Figueiredo Almeida

Dissertação submetido como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em
Economia da Empresa e da Concorrência

Orientador:

Prof. Doutor Nuno Miguel Pascoal Crespo, Prof. Auxiliar, ISCTE Business School,
Departamento de Economia

Coorientador(a):

Dr. Paulo Alexandre Louçada da Cruz Borges, Diretor da AICEP Colômbia e
Equador, Conselheiro Económico da Embaixada de Portugal na Colômbia

outubro 2015

Resumo

O atual contexto do comércio internacional, global, liberalizado e competitivo, faz da diplomacia económica um instrumento fundamental para países e empresas.

A atividade diplomática tem vindo a sofrer profundas alterações ao longo dos anos, assumindo agora uma grande relevância na área económica. Fruto desta evolução, deixou de ser somente um mecanismo de representação da política externa, para se assumir como uma via mais interventiva, facilitadora e estratégica dos interesses económicos de atores públicos (Estado, organizações) e privados (empresas) de um país.

A presente dissertação visa dar a conhecer o impacto que o modelo de diplomacia económica Portuguesa tem no comércio bilateral, a contribuição para a internacionalização das empresas nacionais, a sua preponderância na atração de investimento e na divulgação da imagem do nosso país e a dinamização de negócios em mercados estratégicos. Através da entrevista realizada à diretora de relações institucionais e mercados externos da AICEP, testemunhamos em viva-voz o contributo e o papel que a diplomacia económica desempenha.

Deste modo, fruto do conjunto de sinergias e da articulação de diversos organismos, a rede externa portuguesa tem tido um contributo bastante relevante para o desenvolvimento económico do país, com resultados práticos na balança comercial.

Nesta perspectiva, damos, também, atenção à especialização do mercado nacional, demonstrando que o sector com maior quota de mercado é o da informação e comunicação e o mais concentrado é o da fabricação de coque e produtos petrolíferos.

Por último, constatamos a tendência ascendente da economia Portuguesa, que, atualmente, é mais competitiva e globalizada face a anos anteriores.

Palavras-chave: Comércio Internacional, Diplomacia Económica, Internacionalização, Economia Portuguesa.

Códigos JEL: F13, F23, F60.

Abstract

In the current context of international trade, global, liberalized and competitive, economic diplomacy is a key instrument for countries and companies.

The diplomatic activity has experienced profound changes over the years, now taking on a great importance in the economic area. As a result of this evolution it is no longer a simple representation mechanism of foreign policy, standing now as a more interventionist, facilitator and strategic way of promoting the economic interests of public actors (state organizations) and private (companies) of a country.

This thesis aims to make known the impact that the Portuguese economic diplomacy model has on bilateral trade, its contribution to the internationalization of national companies, preponderance in attracting investment, promotion of the image of our country and its dynamics in strategic markets. Through the interview made to the institutional relations and external AICEP markets director, we witness the contribution and the role that economic diplomacy plays.

Thus, as a consequence from the joint synergies and coordination of various bodies, the Portuguese foreign network has had a very important contribution to the economic development of the country, with practical results in the trade balance.

With this in mind, we give special attention to the expertise of the domestic market, showing that information and communication is the sector with the largest market share, being the manufacture of coke and petroleum products the most concentrated sector.

Finally, we note the upward trend of the Portuguese economy, which is currently more competitive and globalized compared to previous years.

Key Words: International Trade, Economic Diplomacy, Internationalization, Portuguese Economy.

JEL Codes: F13, F23, F60.

Agradecimentos

Faz todo o sentido começar este ponto fazendo uma homenagem especial aos meus orientadores, Prof. Nuno Crespo e Dr. Paulo Borges. Esta dissertação reflete um trabalho conjunto e contínuo que, com certeza, não teria sido possível sem as contribuições de ambos. Ao longo deste processo, revelaram-se sempre muito prontos e acessíveis, literalmente à distância de um e-mail, o que facilitou a resolução de algumas dificuldades que, habitualmente, surgem no percurso de quem está a realizar este tipo de trabalho pela primeira vez. Dado isto, o meu muito obrigado.

Lembrar, também, a Prof. Nácia Simões, que esteve sempre bastante disponível para ajudar e atenta ao desenvolvimento da dissertação. O Prof. Carlos Figueiredo que, gentilmente, me disponibilizou os contactos da Dra. Ana Leal, com a qual pude conversar e trocar ideias bastantes produtivas acerca da diplomacia económica Portuguesa.

Agradecer à Dra. Rita Araújo e à Dra. Mónica Moutinho, por me terem recebido na AICEP e concedido uma entrevista, que se traduz num testemunho real do que é e como atua a diplomacia económica, uma grande mais valia para esta dissertação.

Sem menosprezar o contributo de todos os visados, o meu maior agradecimento é dirigido aos meus pais, por me terem possibilitado esta oportunidade, pelas condições e estabilidade de que dispus ao longo deste ano, indispensáveis ao desenvolvimento desta dissertação. Ao meu Tio, pelos conselhos e pela constante preocupação. E, por último, à Raquel, que foi a pessoa que acompanhou mais de perto este trabalho, contribuindo, em alguns aspetos, diretamente para a sua realização, mas, mais importante que isso, por ter lidado com os momentos em que tudo me saia bem e à primeira e os em que nada fazia sentido, sempre com uma palavra certa no momento certo, e, por isso, reconheço-lhe uma grande relevância.

Por último, um cumprimento especial aos amigos e colegas Eduardo, Joel, Rui Raposo e Rui Mateus, por, ao longo deste ano, termos partilhado manhas, tardes e noites de trabalho.

Índice

RESUMO	III
ABSTRACT	V
AGRADECIMENTOS	VII
ÍNDICE	IX
ÍNDICE DE TABELAS	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XII
LISTA DE ABREVIATURAS.....	XIII
INTRODUÇÃO	1
<u>I. ENQUADRAMENTO TEÓRICO</u>	5
1. DIPLOMACIA ECONÓMICA, GLOBALIZAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO 7	7
1.1. DIPLOMACIA.....	7
1.1.1. <i>Diplomacia Clássica</i>	7
1.1.2. <i>Diplomacia Económica</i>	11
1.1.2.1. Conceito	11
1.1.2.2. Enquadramento Histórico	12
1.1.3. <i>Diplomacia: Clássica vs Económica</i>	19
1.2. COMÉRCIO INTERNACIONAL	21
1.2.1. <i>Globalização</i>	21
1.2.1.1. Conceito	21
1.2.1.2. Dimensões	22
1.2.1.2.1. Económica.....	22
1.2.1.2.2. Política.....	23
1.2.1.3. Medição.....	23
1.2.1.3.1. MGI.....	24
1.2.1.3.2. KOF Globalisation Index	26
1.2.2. <i>Regionalização</i>	28
1.2.3. <i>Internacionalização</i>	30
1.2.4. <i>Emergência de Novos Países</i>	35
<u>II. INTERNACIONALIZAÇÃO DA ECONOMIA PORTUGUESA</u>	43
2. DIPLOMACIA ECONÓMICA PORTUGUESA	45
2.1. MODELO INSTITUCIONAL DE DIPLOMACIA ECONÓMICA PORTUGUESA	45
2.1.1. <i>Revisão Histórica</i>	45
2.1.2. <i>Contextualização</i>	46
2.2. IDENTIFICAÇÃO DAS REPRESENTAÇÕES DIPLOMÁTICAS E DELEGAÇÕES DA AICEP	51
2.3. ACORDOS BILATERAIS	63
3. COMÉRCIO PORTUGUÊS	65
3.1. EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO BILATERAL	65
3.1.1. <i>Análise das Exportações</i>	65
3.1.2. <i>Análise das Importações</i>	67
3.1.3. <i>Balança Comercial</i>	69
3.2. ANÁLISE DA ESPECIALIZAÇÃO SECTORIAL PORTUGUESA	70
3.2.1. <i>Índice de Vantagem Comparativa Relevada</i>	70
3.2.2. <i>Indicador Discreto de Concentração</i>	74
3.2.3. <i>Índice de Herfindahl-Hirschman</i>	76

3.3. INFLUÊNCIA DA DIPLOMACIA ECONÓMICA NA INTERNACIONALIZAÇÃO DA ECONOMIA PORTUGUESA	79
4. ANÁLISE EMPÍRICA À DIPLOMACIA ECONÓMICA	85
4.1. PAPEL DAS EMBAIXADAS E CONSULADOS	85
4.2. PAPEL DAS AGÊNCIAS NACIONAIS DE PROMOÇÃO DAS EXPORTAÇÕES	89
<u>III. COMPETITIVIDADE DA ECONOMIA PORTUGUESA</u>	95
5. PERSPECTIVA DO <i>WORLD ECONOMIC FORUM</i>.....	97
5.1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE GLOBAL.....	97
CONCLUSÃO	103
BIBLIOGRAFIA	107
SITES CONSULTADOS	115
ANEXO I.....	117
ANEXO II.....	123

Índice de Tabelas

Tabela 1- Teorias do Comércio Internacional	14
Tabela 2- Evolução da Diplomacia Económica.....	18
Tabela 3- Indicadores do <i>Maastricht Globalisation Index</i>	25
Tabela 4-Indicadores do <i>KOF Globalisation Index 2014</i>	27
Tabela 5- Vantagens das Economias Emergentes	36
Tabela 6- Riscos e Desafios das Economias Emergentes	37
Tabela 7- Listagem dos 10 Países com maior PIB Mundial em 2013	38
Tabela 8 e 9- Evolução dos Dados Estatísticos dos BRICS em 2007 e 2013.....	39
Tabela 10- Identificação das Representações Diplomáticas Portuguesas em 2015 por Continente	53
Tabela 11- Rede Externa da AICEP em 2015 identificada por Continente, País e Cidade	54
Tabela 12- Identificação dos Países com mais Representações Externas Portuguesas no Continente Americano	56
Tabela 13- Identificação dos Países com mais Representações Externas Portuguesas no Continente Europeu	58
Tabela 14- Identificação dos Países com mais Representações Externas Portuguesas no Continente Africano.....	59
Tabela 15- Identificação dos Países com mais Representações Externas Portuguesas no Continente Asiático.....	61
Tabela 16- Identificação dos Países com mais Representações Externas Portuguesas na Oceânia.....	62
Tabela 17- Países com mais Acordos Bilaterais celebrados com Portugal	64
Tabela 18- Evolução e Caracterização das Exportações de Bens e Serviços de Portugal desde 2009 a 2013	66
Tabela 19- Evolução e Caracterização das Importações de Bens e Serviços de Portugal desde 2009 a 2014	68
Tabela 20- Índice de Vantagem Comparativa Revelada dos Produtos Portuguesas Exportados em 2000, 2005 e 2007.....	72
Tabela 21- Contribuição dos Produtos Exportados, entre 2000 e 2008, analisados segundo o Índice de Vantagem Comparativa Revelada de 2007.....	73

Tabela 22- Concentração Sectorial das 10, 50 e 100 maiores Sociedades Portuguesas em 2013.....	75
Tabela 23- Concentração de Atividades segundo o Índice de <i>Herfindahl-Hirschman</i> em 2013.....	78
Tabela 24- Análise da variação do Comércio Bilateral entre Portugal e os Países com novas Delegações da AICEP	80
Tabela 25- Análise da variação do Comércio Bilateral entre Portugal e os principais Exportadores e Importadores	82
Tabela 26- Variáveis estimadas pelo Modelo OLS	87
Tabela 27- Variáveis das EPA's estimadas	91
Tabela 28 - Resultados de Portugal nos 12 pilares do GCI 2014-2015	100
Tabela 29- Principais Economias Mundiais segundo o GCI 2013-2014 e comparação com o GCI 2014-2015	101

Índice de Figuras

Figura 1- Mapa MGI 2012.....	26
Figura 2- Benefícios e Inconvenientes da Integração Regional.....	29
Figura 3- Evolução das Empresas nos Mercados Externos: Círculos de Água	31
Figura 4- Etapas do Processo de Internacionalização.....	32
Figura 5- Motivações da Internacionalização	34
Figura 6- Riscos da Internacionalização	35
Figura 7- Estrutura Orgânica da Rede Externa Portuguesa – MNE, ME e AICEP.	47
Figura 8- Síntese do Processo de atuação da Diplomacia Económica Portuguesa	51
Figura 9- Número de Representações Diplomáticas Portuguesas em 2015 por Continente	52
Figura 10- Balança Comercial de Portugal de 2010 a 2014	69

Lista de abreviaturas

- **AICEP** – Agência para o Investimento e Comércio Externo Português;
- **AID** – Associação Internacional para o Desenvolvimento;
- **API** – Agência Portuguesa para o Investimento;
- **ASEAN** – *Association of Southeast Asian Nations*;
- **BCE** – Banco Central Europeu;
- **BIRD** – Banco Internacional para a Reconstrução e Desenvolvimento;
- **CEIE** – Conselho Estratégico de Internacionalização da Economia;
- **CIA** – *Central Intelligence Agency*;
- **CNUCED** – Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento;
- **CRUP** – Conselho de Reitores das Universidades Portuguesas;
- **DGAE** – Direção-Geral das Atividades Económicas;
- **EEA** – *Eastern Europe and Asia*;
- **EIU** – *The Economist Intelligence Unit*;
- **EPA** – *Export Promotion Agencies*;
- **EPE** – Entidade Pública Empresarial;
- **EUA** – Estados Unidos da América;
- **FEADER** – Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural;
- **FEAMP** – Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas;
- **FEDER** – Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional;
- **FEE** – Fundo de Fomento de Exportação;
- **FMI** – Fundo Monetário Internacional;

- **FSE** – Fundo Social Europeu;
- **GATT** – *General Agreement on Tariffs and Trade*;
- **GCI** – *Global Competitiveness Index*.
- **GEE** – Gabinete de Estratégia e Estudos;
- **HHI** – *Herfindahl-Hirschman Index*;
- **ICEP** – Instituto do Comércio Externo de Portugal;
- **IDE** – Investimento Direto Estrangeiro;
- **IDPE** – Investimento Direto Português no Estrangeiro;
- **IFG** – Fórum Internacional sobre a Globalização;
- **IIE** – Instituto do Investimento Estrangeiro;
- **INE** – Instituto Nacional de Estatística;
- **ITC** – *International Trade Center*;
- **LAC** – *Latin America and Caribbean*;
- **ME** – Ministério da Economia;
- **MENA** – *Middle East and North Africa*;
- **Mercosul** – Mercado Comum do Sul;
- **MGI** – *Maastricht Globalisation Index*;
- **MNE** – Ministério dos Negócios Estrangeiros;
- **NAFTA** – *North American Free Trade Agreement*;
- **OCDE** – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico;
- **OECE** – Organização Europeia de Cooperação Económica;
- **OLS** – *Ordinary Least Squares*;
- **OMC** – Organização Mundial do Comércio;
- **ONU** – Organização das Nações Unidas;
- **OSCE** – Organização para a Segurança e Cooperação na Europa;

- **PALOP** – Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa;
- **PME** – Pequenas e Médias Empresas;
- **PNUD** – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento;
- **QREN** – Quadro de Referência Estratégico Nacional;
- **SADC** – Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral;
- **SFI** – Sociedade Financeira Internacional;
- **SSA** – *Sub-Saharan Africa*;
- **TIC** – Tecnologias de Informação e Comunicação;
- **UE** – União Europeia;
- **UNCTAD** – *United Nations Conference on Trade and Development*;
- **URSS** – União das Repúblicas Socialistas Soviéticas;
- **VAB** – Valor Acrescentado Bruto;
- **WB** – *World Bank*;
- **WEF** – *World Economic Forum*;
- **WMRC** – *World Market Research Center*;
- **WTO** – *World Trade Organization*.

Introdução

A globalização marca o início de uma evolução histórica, um fenómeno que despoletou a abertura de fronteiras geográficas e a expansão e desregulamentação económica (Sousa e Mendes, 2014). A competitividade quer nos mercados nacionais quer nos internacionais e a constante necessidade dos países obterem melhores resultados a nível económico são uma realidade muito vincada, o que adiciona uma crescente importância à internacionalização. Este conjunto de factores, torna a diplomacia económica uma tendência mundial e absolutamente indispensável para o comércio.

A diplomacia clássica começou a ser instituída à muitos séculos atrás, desde a época de Luís XIII na França, com a criação de um organismo que viria a desempenhar as funções de Ministério dos Negócios Estrangeiros (Kissinger, 2007). Portanto, desde o século XVII, que se começou definir e a balizar em que linhas se iria reger aquilo a que hoje apelidamos de diplomacia. A diplomacia é conhecida como a orientação, através do diálogo e de vias pacíficas, das políticas externas de um país com outros países e entidades da realidade geopolítica mundial (Barston, 2006). Mas o mundo está em constante mudança e evolução e a diplomacia clássica não cumpria todos os propósitos necessários, concretamente em relação à intervenção na área económica. Ora, é desta necessidade que nasce a prática da diplomacia económica. Desde o desempenho de funções de teor comercial na época dos clássicos e pré-clássicos, ao período compreendido entre a I e a II Guerra Mundial com a concretização de estratégias político-económicas, até aos dias de hoje em que assume um papel ativo na internacionalização das economias. A diplomacia económica é tida como um instrumento que faz uso de influências políticas e de relações estratégicas para facilitar e promover o comércio e os investimentos internacionais.

No que diz respeito ao caso Português, as empresas necessitam de um apoio eficaz e consistente de todas os organismos integrantes da rede externa e, foi desta forma, que se assistiu à uma unificação do MNE e da AICEP com o objetivo de dinamizar os negócios das empresas nacionais, promover a imagem de Portugal e contribuir para a sustentabilidade da economia Portuguesa. Neste sentido, contamos com o testemunho da diretora de relações institucionais e mercados externos da AICEP, que nos dá um parecer real sobre como funciona a diplomacia económica portuguesa. Como esta

imdisposição, as iniciativas que promove na atração de investimento, como são realizadas as viagens de estado, entre outros.

Quanto à abordagem desta temática, parte, primeiramente, do meu especial interesse nas áreas do comércio internacional, da internacionalização e da diplomacia económica, e, depois, da lacuna existente na literatura em relação a abordagens recentes ao atual modelo de diplomacia económica Portuguesa. A diplomacia clássica já está muito estudada e debatida por diversos e prestigiados autores e a diplomacia económica nos últimos anos vem ganhando alguma importância no mundo académico, concretamente como enquadramento teórico para a abordagem de exportações Portuguesas de determinados produtos para países em concreto. E os trabalhos existentes são, normalmente, no âmbito das relações internacionais, sendo uma temática pouco estudada por economistas, e isso reflete-se na incidência do estudo. Daí a presente dissertação atribuir bastante relevância ao tema do comércio bilateral Português desde 2009 até 2014, à especialização da atividade sectorial e à competitividade da economia Portuguesa no mundo. Perante isto, o que pretendemos fazer foi abordar o atual modelo de diplomacia económica, com incidência nas mais-valias que daqui advêm para as empresas e os proveitos que a economia Portuguesa também tem tirado.

Por último, em relação à estrutura da tese, o enquadramento teórico tem o objectivo de abordar e, ao mesmo tempo, destrinçar dois conceitos importantes e iniciais na dissertação: a diplomacia clássica e económica. Abordamos a evolução histórica e, através de diversas e distintas contribuições, diferenciamos estas noções que, apesar de serem instrumentos da ação externa de um país, têm objectivos diferentes, aplicam-se e concretizam-se, também, de maneira diferente. Este ponto contempla, ainda, o estudo de outros fenómenos preponderantes na atualidade internacional, como: globalização, regionalização, internacionalização e a emergência de novos países. E, ainda, debruçamo-nos sobre a complexidade e os impactos que a globalização teve e tem nos restantes processos.

No segundo capítulo, o foco principal é a diplomacia económica Portuguesa. Fazemos uma descrição minuciosa de quem a representa, o que faz e como faz em benefício da economia e das empresas nacionais. Procedemos à análise das exportações e das importações Portuguesas desde 2009, com enfoque nos principais produtos comprados e vendidos e nos países com quem mais comercializamos, na UE e extra UE. Também realizamos uma abordagem à especialização sectorial Portuguesa,

através do índice de vantagem comparativa e avaliamos o grau de concentração do mercado através do índice discreto de concentração e do índice *herfindahl-hirschman*. Postos isto, abordamos a influencia positiva e direta que a diplomacia económica tem na internacionalização da economia Portuguesa, onde analisamos ao pormenor o comércio bilateral de Portugal com mercados estratégicos, desde 2010 até Março deste ano, e retiramos conclusões interessantes acerca do aumento do fluxo de bens e serviços vendidos para estes países.

Concluimos o capítulo com a análise a duas investigações que usam métodos e modelos diferentes, mas com o mesmo fim. Estes estudos mostram cientificamente de que Embaixadas e Consulados e Agências de promoção das exportações que têm influencia no aumento do comércio externo, as variáveis abordadas são estaticamente significativas e, por isso, têm um impacto direto nas exportações dos países.

Por fim, no terceiro e último capítulo, o intuito é realçar, através do *Global Competitiveness 2014-2015*, do *World Economic Forum*, o desempenho e o progresso da competitividade da economia Portuguesa no mundo.

I. Enquadramento Teórico

1. Diplomacia Económica, Globalização e Internacionalização

1.1. Diplomacia

1.1.1. Diplomacia Clássica

A abordagem a esta temática requer começarmos pela introdução de alguns factos históricos importantes. Assim, em 1626, o Cardeal Richelieu, Primeiro-Ministro de Luís XIII de França, criou aquilo que seria a primeira entidade equivalente ao atual Ministério dos Negócios Estrangeiros¹ e, segundo Kissinger (2007), “introduziu a abordagem moderna às relações internacionais”. Séculos mais tarde, em 1815, no Congresso de Viena², “consolidou as regras funcionais dessa diplomacia clássica, assente precisamente na igualdade soberana dos Estados”¹.

Considerando o que será abordado, expomos a noção de diplomacia através das seguintes contribuições:

- De acordo com Bull (1995), definiu diplomacia como “the conduct of relations between states and other entities with standing in world politics by official agents and by peaceful means”;
- Outra contribuição relevante, é a de Magalhães (2005) que confina o conceito de diplomacia “a) um instrumento da política externa, b) para o estabelecimento e desenvolvimento dos contactos pacíficos entre os governos de diferentes Estados, c) pelo emprego de intermediários, d) mutuamente reconhecidos pelas respectivas partes. A estes intermediários se chama agentes diplomáticos”;
- Por último, mais recentemente, Barston (2006) disse que “diplomacy is concerned with the management of relations between states and between states and other actors”.

¹ Luís Moita, “Da Diplomacia Clássica à Nova Diplomacia”, Janus 2006.

² Foi um concerto Europeu entre embaixadores que decorreu em Viena(Áustria), com o objetivo de voltar a definir o mapa político e económico da Europa após o fracasso da França (de Napoleão Bonaparte). Esta conferência sucedeu-se entre 1814 e 1815, entre as potências vencedoras Áustria, Rússia, Prússia e Inglaterra.

No conceito apresentado por Magalhães (2005), é perceptível e, até mesmo uma constatação “*La Palissiana*”, que a diplomacia é exercida por diplomatas. Ora, o autor aborda aspectos interessantes acerca da versatilidade destes, ao dizer que um diplomata atua como um instrumento da política externa e, tendo em conta a sua experiência neste âmbito, pode “exercer funções de carácter político, (...) funções de concelheiros políticos do Ministro dos Negócios Estrangeiros ou do Governo. (...) Quando intervém na construção de uma dada política externa não age como diplomata mas como político ou conselheiro político. São duas funções que na prática se podem confundir mas que teoricamente são inteiramente distintas”. Outro aspecto importante, indiretamente, também já mencionado em cima, prende-se com o facto de como a diplomacia é exercida, concretamente através de duas formas: *soft power* e *hard power*. No que concerne ao primeiro, segundo Nye (2004), alude à aptidão de um estado, considerando a sua história e cultura, agir através da diplomacia, do dialogo e da negociação. A título exemplificativo, tem-se a relação entre Portugal e os PALOP. Em relação ao *hard power*, tem que ver com a aplicação da, denominada, diplomacia coerciva (meios militares) e de sanções e embargos (meios económicos), no âmbito da realidade das relações internacionais. Constitui, portanto, o oposto do *soft power*. Por exemplo, a episódio recente vivido entre Rússia e Ucrânia, cuja via diplomática não teve sucesso.

Outra discussão que nos parece importante debater refere-se ao facto de haver diversas contribuições acerca da “evolução” da diplomacia clássica. Atualmente, a denominada pela literatura de diplomacia “moderna”, acumula diversas melhorias na sua concepção e tem outro tipo de preocupações que não tinha outrora. Visto que a representação externa da diplomacia clássica era desajustada e necessitava de profundas alterações pois detinham uma estrutura conservadora, com uma tradição de séculos¹. Esta mudança de paradigmas estabelece novos métodos de atuação aos diplomatas, alargando o seu campo de aplicação da política externa de um país, por exemplo, nas questões económicas. Reforçando esta ideia, Petit (2001) diz que “os diplomatas que, outrora, só se ocupavam de políticas e de estratégia, ocupam-se hoje mais de economia e de cultura que de política propriamente dita. (...) A diplomacia é muito menos contemplativa e observadora, intervém mais no concreto e num maior número de domínios”.

A emergência da globalização impôs uma nova cultura diplomática. Pondo fim somente aos relacionamentos bilaterais, que caracterizavam a diplomacia clássica, e

dando início, também, às relações multilaterais, onde os diplomatas passaram a desempenhar a função de fomentadores da internacionalização da economia¹. Apesar de ser uma opinião dominante e de grandes convicções entre os autores que dissertam acerca da diplomacia, especificamente sobre o seu desenvolvimento na política externa após a Guerra Fria, Magalhães (2005) opõem-se veemente. Mas vamos por partes. Começa por distinguir diplomacia bilateral de multilateral, defendendo que esta última tem que ver com a existência de interesses de diversos países e, por isso, os problemas podem ser debatidos em conjunto, apesar de poderem exigir diferentes formas de atuação. Diz, também, que apesar de ambas as diplomacias serem distintas não quer dizer sejam opostas ou que haja necessidade da cessação de uma em detrimento da outra, exercem funções imprescindíveis e insubstituíveis. E, acrescenta ainda, que “é ilusório pensar que numa conferência ou numa organização internacional tudo se discute, se combina ou se resolve à volta de uma mesa. (...) Existem sempre contactos bilaterais importantes em curso e os representantes (...) têm de frequentemente recorrer a diligências da diplomacia bilateral dos seus respectivos países. (...) Constituem o elemento decisivo para que uma determinada decisão seja tomada no foro multilateral”.

Dentro do contexto do que agora foi dito, é oportuno mencionar-mos dois aspectos da atual realidade internacional³. O primeiro prende-se com o futuro das políticas externas, que pode ser tratada em espaços como: ONU⁴, OMC⁵, G8⁶, G20⁷, entre outros. E, o segundo, diz respeito à integração de países em plataformas de relacionamento intergovernamentais (aspecto desenvolvido no **ponto 1.2.2. – Regionalização**), como: UE⁸, Mercosul⁹, ASEAN¹⁰, NAFTA¹¹, SADC¹², OSCE¹³,

³ Luís Moita, “Nova Diplomacia: paradigma, atores e espaços”, Janus 2006, Público

⁴ Fundada em 1945, tinha o intuito de ser uma associação voluntária de Estados soberanos. A principal prioridade era manter a paz mundial e reestabelecer as funções políticas, sociais e económicas. Sucintamente, foi constituída para preservar o bem-estar das gerações vindouras.

⁵ Criada em 1994, aquando a assinatura das negociações multilaterais *Uruguay Round*. Entra em vigor no ano seguinte. Portugal é membro desde o ano de fundação. Tem por base o GATT e representa um fórum internacional onde os estados-membros discutem as suas relações comerciais multilaterais (compreendidas pelos acordos). Atualmente, conta com cerca de 156 estados-membros.

⁶ Criada em 1975, por iniciativa da França, é uma organização cujo objetivo passa por, as grandes potências, estabelecerem uma consonância sobre temáticas diplomáticas, económicas, políticas, estratégicas, etc. São estados-membros: União Europeia (enquanto membro observador das reuniões), Reino Unido, Rússia, Japão, Itália, França, Canadá, Alemanha e EUA.

⁷ Criado em 1999, é um fórum internacional que trata questões acerca do sistema financeiro. É composto por: países do G8, Argentina, China, Índia, Brasil, México, Arábia Saudita, África do Sul, Turquia, Coréia do Sul e um representante da UE e outro do FMI/Banco Mundial.

⁸ É instituída em 1992, pelo Tratado da União Europeia, entre os estados-membros das Comunidades. É uma nova fase de um processo de integração Europeia que se iniciou com a criação da Comunidade

etc. Neste sentido, Petit (2001) defende que a constituição de blocos, quer económicos quer regionais, traduz-se num reforço e triunfo claro da diplomacia. Dando o exemplo da UE, onde existem inúmeras reuniões em que se estabelecem posições perante terceiros. A maioria das vezes, este panorama internacional é definido pela geoeconomia. O que fez com que os diplomatas tivessem que retificar as suas práticas tradicionais no que diz respeito à representação externa dos Governos. No entanto, a atenção destes não recai única e exclusivamente por temas do foro económico, mas, também, por áreas como a geopolítica e geocultura¹⁴.

Em suma, pode sintetizar-se esta “evolução” ou mudança de padrões por parte da diplomacia com o facto de esta ter tornado o cenário internacional num espaço onde há lugar para a cooperação, partilha, entreajuda e concordância de interesses, e não de conflitos. Essencialmente, verificou-se uma grande mudança nas formas de pensar e agir. Ao longo dos anos, apesar de as tarefas e o estilo da diplomacia se terem alterado, manteve-se sempre presente a sua função base: ser um instrumento de ação da política externa dos Estados.

Europeia do Carvão e do Aço, em 1951, da Comunidade Económica Europeia e da Comunidade Europeia da Energia Atómica, ambas em 1957.

⁹ Criado em 1991, só entra em vigor em 1995. É um espaço económico que envolve sectores estratégico, (por exemplo agro-indústria, e acolhe países da América do Sul. Foi fundado por: Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai.

¹⁰ Criada em 1967, caracterizava-se por ideologias anticomunistas partilhadas por: Indonésia, Filipinas, Singapura, Malásia e Tailândia. As prioridades eram o desenvolvimento social, cultural e económico.

¹¹ Entrou em vigor em 1994 e envolve países como: México, Canadá e EUA. Formaliza a liberalização do relacionamento comercial entre os países.

¹² Criada em 1979, tem como princípios o combate à pobreza e o desenvolvimento económico.

¹³ Em 1994, a Conferência de Segurança e Cooperação na Europa (CSCE) dá lugar à OSCE. Marcou o início de uma nova época de princípios democráticos, com a integração, por exemplo, de Estados da Europa central de Leste.

¹⁴ Luís Moita, “Nova Diplomacia: agenda, métodos e desafios”, Janus 2006, Público

1.1.2. Diplomacia Económica

1.1.2.1. Conceito

Ao longo da nossa história, a diplomacia económica tem vindo a ser definida por diversas personalidades, quer do âmbito económico quer da área política. Assim, seleccionamos algumas contribuições que melhor explanam este conceito:

- De acordo com Bayne e Woolcock (2011: 3-5), “Economic diplomacy is mainly concerned with what governments do, in the broadest definition. It goes much wider than foreign ministries or any closed circle of officials. All government agencies that have economic responsibilities and operate internationally are engaging in economic diplomacy, through they might not describe it as such. (...) It is important to make clear at the outset that there is no single theory of economic diplomacy that can provide answers on how states, under given circumstances, will conduct policy”;
- Segundo Saner e Yiu (2003), “Economic diplomacy is concerned with economic policy issues, e.g. work of delegations at standard setting organizations such as WTO. Economic diplomats also monitor and report on economic policies in foreign countries and give the home government advice on how to best influence them. Economic diplomacy employs economic resources, either as rewards or sanctions, in pursuit of a particular foreign policy objective”.
- Em último, para o Vice-Primeiro Ministro Português, Paulo Portas, “A diplomacia económica, enquanto instrumento de execução da política externa, contribui ativamente para um clima de negócios mais favorável para as empresas (...), abrindo mercados e novas frentes para a sua atividade comercial” AICEP (2013).

1.1.2.2. Enquadramento Histórico

Identifica-se a presença da prática de diplomacia económica desde os primórdios das teorias pré-clássicas¹⁵ e clássicas¹⁶ acerca do comércio internacional. Começou por assumir um papel, essencialmente, de diplomacia comercial “ao negociar garantias das rotas comerciais, ao abrir mercados, colónias e zonas de influência, ao elaborar acordos comerciais” (Leal, 2005:5).

A primeira contribuição foi a dos autores Mercantilistas¹⁷, que não tinham como objectivo explicar e criar teorias sobre o comércio internacional, mas sim política. Avançaram com medidas que resumiam-se à acumulação de capitais, ou seja, o poder político adoptar medidas para poder ampliar a riqueza acumulada. Uma via comum a todos os países para fazê-lo, era o comércio internacional, mais concretamente exportar mais do que importar. Tendo em conta que os pagamentos internacionais concretizavam-se sob a forma de metais preciosos (ouro) e, com a Balança Comercial positiva, esta situação conduziria a um aumento do tesouro real e faria com que o país se tornasse mais poderoso. Ao fim ao cabo, riqueza do país dependia da maximização das exportações (Brue e Grant, 2006).

Em relação aos Fisiocratas¹⁸, defendiam que só a atividade agrícola é que gerava excedente e, por isso, deveriam existir incentivos à prática desta. A sua teoria apoiava que as exportações incidissem sobre a agricultura. Esta visão marcava uma posição mais liberal e opunha-se à dos Mercantilistas, que só viam como solução o aumento dos metais preciosos (Krugman e Obstfeld, 2010).

Posteriormente, com Adam Smith¹⁹, todo o pensamento económico que tinha sido desenvolvido até à sua época não tinha interesse visto que defendia a ideia de que a riqueza de uma nação era proveniente do aumento da produção de bens e serviços, da sua capacidade produtiva. Afirmava que a atividade do comércio internacional era vantajosa pois apresentava ganhos de soma nula, ou seja, um país beneficia em detrimento de outro, desde que aumentasse as exportações. O autor Escocês defendia

¹⁵ Referimo-nos aos Mercantilistas e aos Fisiocratas.

¹⁶ Aludimos a Adam Smith e David Ricardo.

¹⁷ Autores que vingaram na Europa entre meados do século XV e XVIII, desde da Idade Média à Sociedade Industrial. Não pertenciam a nenhuma escola de pensamento, as suas abordagens sintetizavam como a economia deveria ser gerida pelo poder político. Elogiados por Adam Smith.

¹⁸ Escola de pensamento de teorias do comércio internacional que abrange o período desde 1750 a 1776. François Quesnay era o autor de maior relevo. Eram bastante enaltecidos por Karl Marx.

¹⁹ Na obra “Uma investigação sobre a Natureza e a Causa da Riqueza das Nações”, em 1776.

que, através da divisão e especialização do trabalho, fará com que haja vantagens nas trocas comerciais, ou seja, o facto de cada indivíduo se focar no seu próprio interesse resulta na especialização do trabalho, e, desta forma, uma nação deverá exportar a produção na qual tem vantagens absolutas, nos produtos que concebe melhor. É a denominada Teoria das Vantagens Absolutas.

Por último, David Ricardo, influenciado com os contributos de Adam Smith, desenvolveu a Teoria das Vantagens Comparativas²⁰. De acordo com esta, um país tem vantagens quando produz somente bens e serviços cujo custo de produção seja menor, em comparação aos que adquire no estrangeiro, para, posteriormente, trocar o excedente que obteve na produção por produtos originários dos mercados externos, mesmo que consiga produzir todos dos bens e serviços que necessita para consumo interno. Ou seja, o Inglês deduz que todos os países podem obter vantagens com o comércio internacional. Ainda na sua obra, avançou com uma ilustração numérica da vantagem relativa e escolheu o sucesso das trocas entre Portugal e Inglaterra, optando pelos têxteis Ingleses e pelo vinho Português, onde teve em conta os números que caracterizavam o preço para a obtenção destes 2 bens. Ora, concluiu que a vantagem de Portugal obter o vinho era comparativamente maior do que os têxteis, portanto fazia sentido o primeiro especializar-se somente na produção do vinho²¹. Esta análise deveu-se, por um lado, à aplicação da teoria em causa nas trocas comerciais internacionais e, por outro lado, fruto das boas relações diplomáticas entre os dois países, que culminou na celebração do Tratado de *Methuen*²².

Posto isto, a **Tabela 1** sintetiza as teorias do comércio internacional abordadas:

²⁰ Na obra “The Principles of Political Economy and Taxation”, em 1817.

²¹ O uso deste exemplo não foi feito em termos monetários, mas sim através do custo em termos de trabalho, o que significa uma limitação para a aplicação direta nos dias de hoje.

²² Assinado em 1703, no qual os Portugueses comprometiam-se a consumir os têxteis Ingleses e estes os nossos vinhos.

Tabela 1- Teorias do Comércio Internacional

	Pré-Clássicos		Clássicos	
Contribuições	Mercantilistas	Fisiocratas	Adam Smith	David Ricardo
Período	Séc. XV – Séc. XVIII	1750 - 1776	Séc. XVIII – Séc. XIX	Séc. XVIII – Séc. XIX
Pensamento ou Teoria	Acumulação de Ouro	Exportações incidem sobre a agricultura	Teoria das Vantagens Absolutas	Teoria das Vantagens Relativas
Principais Características	A riqueza de um país dependia da maximização das exportações ou da minimização das importações.	Só a atividade agrícola conseguia gerar excedente.	O país ganha se especializar-se e produzir apenas os produtos em que tem vantagem absoluta, isto é, os países devem exportar os produtos em que são mais eficientes a produzir.	O custo de oportunidade da produção de bens é relativamente menor comparativamente aos outros países. Devido aos ganhos no comércio internacional, dois países passam a estar numa situação melhor quando esta teoria se verifica.

Adaptação própria.

Duma forma geral, o comércio de mercadorias sintetizava o grosso das relações económicas no exterior praticadas na altura. Assim, historicamente, até 1914 atuava fundamentalmente uma diplomacia comercial, afirmando-se mais como diplomacia económica a partir de metade do século XX.

Com o término da I Guerra Mundial (1914-1918) e a celebração de Tratados de Paz, as alterações no contexto internacional eram grandes. Havia necessidade de reconstruir nações quase a partir do “zero” e isso, necessariamente, implicaria: novas economias, novos rumos políticos, novos parceiros, cooperação, urgência de novos Estados. Inevitavelmente, havia um problema diplomático. A partir de então, dá-se início à criação de organizações internacionais, cujo objectivo consistia no debate de problemas comuns e no esboço das respectivas soluções colectivas, mediante encontros regulares por parte dos representantes dos vários países.

Posteriormente, com a Grande Depressão²³, a realidade internacional continua a não se afigurar melhor. A falta de capacidade dos diplomatas em reunirem consensos

²³ Teve início em 1929 e representou um longo período de recessão económica. Teve origem na drástica queda da bolsa de valores de Nova Iorque, a *New York Stock Exchange*.

políticos e encontrarem um equilíbrio económico mantêm-se . Posto isto, esta crise social internacional dá aso ao início da II Grande Guerra Mundial (1939-1945).

A partir de 1945, a diplomacia económica revê-se nos erros cometidos para se inspirar nas suas orientações futuras, havia uma enorme brevidade de colocar em prática um novo “formato” de diplomacia, estando sobretudo concentrada nas negociações de acordos multilaterais (Leal, 2005). Então, com a finalidade de alterar o cenário vivido, política e diplomacia optaram por outras diretrizes internacionais que não as do passado. Assim, destacamos alguns acordos realizados no pós-guerra:

- em 1944, através dos Acordos de Bretton Woods²⁴, dá-se a concepção do BIRD. Mais tarde é renomeado de Banco Mundial²⁵;
- através do mesmos Acordos, em 1945, cria-se o FMI²⁶;
- em 1947, após o lançamento do Plano Marshall²⁷, funda-se a OECE. Esta, em 1961, passa a denominar-se OCDE²⁸;
- em 1947, cria-se o GATT²⁹. Posteriormente, corria o ano de 1995, quando é alterado para OMC;
- em 1964, cria-se a CNUCED³⁰.

Contudo, o arranque inicial de alguns destes tratados, acordos ou organizações não foi o esperado. Na sua base esteve um problema crónico e generalizado referente às políticas económicas externas, concretamente em relação aos problemas de desenvolvimento.

²⁴ Instituíram os suportes do comércio internacional multilateral e um sistema de câmbio fixo (solicitava que as moedas tivessem uma taxa de câmbio indexada ao dólar). O núcleo central deste sistema era o FMI.

²⁵ Aquando do seu começo, em 1946, era composto por 41 países. Sustentava objectivos como: auxílio ao desenvolvimento dos estados-membros (reconstrução da economia, dos meios de produção, dos recursos, entre outros), promoção do comércio internacional, etc.

²⁶ Na sua criação, o objectivo dos 44 países reunidos era o de reconstruir o capitalismo mundial, dizimado pela II Guerra Mundial. Inicialmente, os seus estatutos baseavam-se em metas como: estabilidade cambial, financiamento dos desajustes na balança de pagamentos, aumento do emprego e do rendimento real, etc. Com o passar dos anos, estes objectivos foram-se modificando drasticamente.

²⁷ Foi, essencialmente, um plano de recuperação da Europa no pós-II Guerra Mundial, encabeçado pelos EUA. Estes países, auxiliados economicamente, juntaram-se à OCDE.

²⁸ Atualmente, é composta por: EUA, Canadá e 18 Estados-membros provenientes da OECE. Entre outras, prioriza políticas relacionadas com: o bem-estar dos países-membros, a promoção do emprego e da economia, a estabilidade financeira, o desenvolvimento da economia mundial, etc.

²⁹ Foi assinado por 23 países com o propósito de “balizar” as relações comerciais internacionais do pós-II Guerra Mundial. Fazendo com que os Estados respeitassem um princípio fundamental: diminuir, de forma gradual, os direitos aduaneiros.

³⁰ Dispõe de sede em Genebra e pertence ao Sistema das Nações Unidas. Em relação ao seu modo de atuação, é formada por 2 grandes diretrizes: dinamizar o comércio internacional e equilibrar as relações entre Norte e Sul e intensificar a cooperação entre o Sul.

No que diz respeito às prioridades da diplomacia económica, desde meados de 1950, tornou-se mais sensível às preocupações empresariais. Adoptando políticas baseadas em (Leal, 2005):

- Proteção das empresas e dos seus colaboradores;
- Auxílio financeiro e material às dificuldades dos mercados internacionais;
- Informação disponível.

Em relação ao primeiro tópico, não há muito a dizer pois a diplomacia económica age numa forma pacífica na defesa das empresas, através de meios jurídicos, vigentes em cada país, e das regras da OMC.

No segundo aspecto, o seu apoio é vital para as empresas ultrapassarem as inúmeras exigências dos mercados internacionais, baseando-se em auxílios como: promoção e financiamento das exportações das empresas nacionais (a médio e longo prazo), desenvolvimento das transações no comércio exterior, entre outros. Todavia, estas ajudas financeiras e materiais tiveram que ir sendo, gradualmente, revistas e reavaliadas. Especificamente em relação ao suporte prestado no processo de internacionalização das empresas, visto que a diplomacia económica não pode privilegiar somente a promoção das exportações senão entraria em contradição com a estratégia das mesmas. Esta maior oferta de apoio, consequência da globalização, só beneficia as empresas visto que passam a dispor de um maior leque de oportunidades em relação à abordagem aos mercados externos.

Por último, no que concerne à informação, está na base da concepção dos denominados Adidos Comerciais. Na medida em que, à um século atrás, era considerada: duvidosa, limitada, escassa, de fraco alcance e de difícil consulta. Contudo, atualmente, o seu papel é inútil devido a factores como a globalização, o seu estatuto público, a difusão das novas tecnologias e, consequentemente, o fácil e rápido acesso a todo o tipo de documentação. Assim, contemporaneamente, enquanto informador, o diplomata é “um ponto pequeno num universo mediatizado. Daí também a sua necessária atenção à comunicação política e a importância da prática de abertura e transparência na ação diplomática”¹⁴. Também Petit (2001), conclui que “os jornalistas fazem muito bem o trabalho de informação que dantes era tarefa dos diplomatas”.

No seguimento da evolução da diplomacia económica, no início do período que ficou marcado por uma mudança de paradigmas nas relações externas, Rana (2011) diz que

“Why globalized diplomacy? About two generations ago, politics was in command and was the prime focus of foreign ministry work; the best diplomats specialized in this field. Then, commencing around the 1970’s, economic diplomacy began to emerge as a major component of external relations, in some ways overshadowing political diplomacy; export promotion and foreign direct investment (FDI) mobilization became the priority activities of the diplomatic system”.

Em 1989, com o fim da Guerra Fria, constatou-se o início da interdependência de alguns Estados e, conseqüentemente, o acentuar da globalização. Marca o fim de um longo período, que começou após a cessação da II Grande Guerra Mundial, pondo termo à bipolaridade internacional (encabeçada por as duas superpotências mundiais EUA e URSS) e dando início a uma multipolaridade. Segundo Friedman (1999), “o mundo vagaroso, estável e fragmentado da Guerra Fria, que dominara o cenário internacional desde 1945, foi substituído por um novo e bem lubrificado sistema interconectado, chamado globalização”. A década de 90 teve, inegavelmente, uma grande importância no impulso da globalização. Outro contributo para o progresso deste fenómeno, foi o facto de os países, progressivamente, removerem as barreiras ao livre comércio e eliminarem o proteccionismo. Estes países passaram a estar na agenda da diplomacia económica. Esta “abertura de portas” ao exterior, tornou-se, definitivamente, global e, desta forma, os contactos internacionais passaram a não ter limites às parcerias de Estados e empresas. É um grande feito para a diplomacia.

A globalização conduziu à modificação e à afirmação de novos métodos na diplomacia económica que, com o passar dos anos, teve que se adaptar a outras exigências. Apesar de manter presente as suas preocupações clássicas, já referidas (proteção das empresas e dos seus colaboradores, auxílio financeiro e material e reforço da informação), dedica-se mais ao apoio às empresas nos mercados internacionais. Evidenciamos, segundo Leal (2005), por exemplo:

- A prestação de informações mais dirigidas às reais necessidades das empresas, onde a diplomacia económica cria sinergias entre o conjunto de redes de informação de que dispõe. Esta é específica, personalizada e estratégica à atividade empresarial. No seguimento desta ideia, Carrière (1998), defende o papel das relações diplomáticas, argumentando que as embaixadas detêm uma agenda de contactos extensa, que levam a estreitar relações com: políticos, empresários, economistas, organizações não governamentais, membros de

instituições, associações e sindicatos, etc. Ou seja, personalidades com influência na sociedade;

- O apoio comercial dos mais altos cargos políticos nacionais às empresas. Presentemente, é muito frequente nas visitas oficiais realizadas pelo Presidente da República ou pelo Primeiro-Ministro ou pelo Vice Primeiro-Ministro ou, ainda, pelo Ministro dos Negócios Estrangeiros fazerem-se acompanhar de uma delegação de importantes representantes de empresas nacionais com interesses em investimentos, nas suas áreas de negócio, no país de destino. No caso português, o apoio e a informação necessários para este tipo de “viagens de negócios” é prestado pela AICEP (este tema será mais aprofundado no **capítulo 2 – Diplomacia Económica Portuguesa**).

Por fim, apresentamos um quadro-síntese da evolução histórica da diplomacia económica de Silva (2002) . Este autor, agrupa este resumo em 3 fases:

Tabela 2- Evolução da Diplomacia Económica

1ª Fase (da 2ª metade do séc. XIX até à I Guerra Mundial)
A diplomacia económica era essencialmente identificada com políticas agressivas e de partilha do mundo por parte de um pequeno número de potências, com vista a obter vantagens económicas através da subjugação colonial de outros povos e nações.
2ª Fase (desde o fim da I Guerra Mundial até aos anos 1970)
Face ao colapso da anterior ordem económica internacional, a diplomacia económica esteve sobretudo concentrada nas negociações e acordos multilaterais, designadamente no que respeita aos pagamentos internacionais, ao restabelecimento da ordem comercial, à estabilização e à luta contra as depressões; importantes aspectos desta fase foram por exemplo, as atividades da Secção de Economia da Liga das Nações (Schulz, 1996) ³¹ , e as negociações de Bretton Woods e a implementação dos seus resultados (Ikenberry, 1992) ³² .
3ª Fase (desde os anos 1980 até à atualidade)
Crescem as preocupações dos diplomatas com vista a “acompanhar e estimular a atividade das empresas” (quer abrindo e apontando oportunidades “às suas” no exterior, a nível do comércio, investimento ou outro, quer procurando atrair as empresas estrangeiras a solo nacional) visando dar a sua contribuição para o alcance de objectivos económicos nacionais de bem-estar, competitividade, etc.; isto é, os redutos diplomáticos foram decididamente associados em termos práticos, pelos Governos de muitos países, à consecução deste tipo de objectivos.

Fonte: Silva (2002), p. 99.

³¹ M. Schulz, “The League of Nations, the Great Powers and the Internacional Economic System: from the Reconstruction to the Great Depression 1919-1933”, in The League of Nations (Genebra e Nova Iorque: ONU, 1996), pp. 39-44.

³² G. J. Ikenberry, “A World Economy Restored: Expert Consensus and the Anglo-American Settlement”, in Internacional Organization, vol. 46, nº 1, Inverno, 1992, pp. 289-321.

Em relação ao quadro, o autor destaca e defende que na 3ª fase observa-se um gradual e mais consistente apoio da diplomacia económica às empresas em mercados além fronteiras. A crescente expressão da globalização foi um factor determinante para o começo de grandes alterações, tanto na economia como na diplomacia económica que se tornou um fenómeno à escala mundial, cujas relações internacionais passaram-se a efetuar a um nível verdadeiramente global.

Em suma, sintetizando tudo o que foi dito, a diplomacia económica assenta, fundamentalmente, em 4 vectores:

1. O uso da influência política e de relações estratégicas para a promoção do comércio e investimento internacionais, permitindo a abertura de novos mercados em diversas e distintas áreas geográficas;
2. Na melhoria do funcionamento de alguns aspectos dos mercados, correção de falhas existentes, como por exemplo a redução dos custos e dos riscos de transações transfronteiriças (onde se inclui os direitos de propriedade);
3. Fortalecer os benefícios mútuos da cooperação entre Estados e das relações político-económicas, de forma a que se possa ser possível aumentar a segurança das trocas comerciais e dos cidadãos;
4. Funcionar como um instrumento de longo prazo para a resolução de conflitos bilaterais e, fundamentalmente, multilaterais.

1.1.3. Diplomacia: Clássica vs Económica

Como foi abordado nos pontos anteriores, diplomacia é composta por dois modelos: diplomacia clássica e económica.

Apesar de a diplomacia clássica ter evoluído e alterado os seus paradigmas ao longo dos anos, é irrefutável que é um instrumento da política externa de um determinado país. É uma ferramenta usada na negociação entre dois ou mais Estados, com o objectivo de alcançar parcerias, acordos ou tratados, atuando, para isso, de uma forma pacífica. Esta é a função diplomática de maior relevo.

Enquanto que a diplomacia económica é um mecanismo preponderante de apoio às empresas (e, conseqüentemente, à economia de um país), concretamente:

- No processo de internacionalização;
- Na promoção de exportações;
- Na atração de investimento;
- Na divulgação de produtos e serviços nacionais.

Contrariamente à diplomacia económica, a clássica espelha a aplicação de políticas internas no exterior. Enquanto que esta “limita-se” a gerir as relações institucionais de um país em organismos internacionais, a diplomacia económica “apadrinha” as atividades das empresas além fronteiras, preparando, aconselhando e fornecendo informações absolutamente indispensáveis nas primeiras diligências feitas aos novos mercados.

Por último, referimo-nos a outra contribuição de Carrière (1998), para dizer que a diplomacia económica se pode exercer a dois níveis: diplomacia macroeconómica (referente às organizações internacionais) e microeconómica (alusivo às empresas).

Começando por esta última, defendeu que:

- O seu foco primordial são as empresas;
- Intervém, essencialmente, para as apoiar nos mercados externos;
- Não tem um papel central nas negociações das empresas.

E, por outro lado, a diplomacia macroeconómica:

- Tem um papel central na negociação;
- Interage com os seus correspondentes de Governos de outros países;
- Tem legitimidade para agir em “nome” do Governo que representa.

O autor Francês acrescenta, ainda, que são dois conceitos não se separam, mas atuam em realidades diferentes.

1.2. Comércio Internacional

1.2.1. Globalização

1.2.1.1. Conceito

A globalização é um fenómeno multidimensional e complexo. Atualmente, é uma temática cada vez mais debatida e, conseqüentemente, alvo de diversos estudos. De acordo com Dan (2006), a globalização “passa a ser a palavra em voga a partir da segunda metade da década de oitenta do séc. XX”.

Posto isto, destacamos alguns conceitos que consideramos coerentes e abrangentes:

- De acordo com Anthony Giddens, citado por Bonaglia e Goldstein (2006), “a globalização envolve uma transição de forma espacial de organização da atividade humana para um padrão transcontinental ou inter-regional e uma interação crescente no exercício do poder. O que implica uma extensão e um aprofundamento das relações sociais e institucionais no espaço e no tempo, de tal modo que as atividades correntes (...) são cada vez mais influenciadas por acontecimentos que ocorrem do outro lado do planeta e dão às (...) decisões de grupos ou comunidades locais um impacto (...) que pode ter expressão ou significado global”. E, acrescenta ainda que “a globalização significa a intensificação das relações sociais à escala mundial de tal maneira que faz depender aquilo que sucede a nível local de acontecimentos que se verificam a grande distância e vice-versa”;
- Citando Stiglitz (2004), globalização refere-se “à integração mais estreita dos países e dos povos que resultou da enorme redução dos custos de transporte e de comunicação e a destruição de barreiras artificiais à circulação transfronteiriça de mercadorias, serviços, capitais conhecimentos e (em menor escala) pessoas”;
- Em último, conforme Friedman (1999), “A globalização significa a difusão do capitalismo de livre mercado para praticamente todos os países do mundo. A globalização também conta com o seu próprio conjunto de regras de economia – normas que giram em torno da abertura, da desregulamentação e da privatização da economia”. Diz, também, que “a integração do capital, da

tecnologia e da informação para lá das fronteiras nacionais, criando um mercado global único e em certa medida, uma aldeia global”;

1.2.1.2. Dimensões

Rennen e Martens (2003) referem-se à globalização como um processo que impõe uma abordagem integrada e assente num modelo de desenvolvimento sustentável, entre gerações, a nível global. A viabilidade deste crescimento sustentável tem em consideração a conjugação de dimensões como: política, economia, sociocultural, tecnologia e ambiental. Porém, há autores que só têm em linha de conta as três primeiras, considerando a sua relação e crescimento num conjunto de países Villaverde e Maza (2011).

Neste trabalho abordamos somente a cooperação de dois atores, a economia e a política, na medida em que são os que têm maior relevância na temática aqui tratada.

1.2.1.2.1. Económica

Esta vertente, de acordo com Sousa e Mendes (2014), incorpora três áreas distintas: “o do desenvolvimento rápido dos mercados financeiros mundiais nos finais dos anos 1970 (...), o da mundialização das atividades das empresas tanto no sector manufactureiro como dos serviços (...) e o terceiro fenómeno, que é de natureza ecológica, traduzindo uma inquietude geral que se desenvolveu a partir de finais dos anos 1980”. Por outro lado, segundo Borges (2011), esta dimensão é constituída por duas sub-vertentes: a primeira tem que ver com a captação do “nível de atividade económica dos países através da análise dos fluxos económicos reais do comércio internacional, e o investimento em stock e IDE” e a segunda diz respeito à avaliação das “restrições ao comércio e ao capital, no comércio internacional”.

Reforçando esta ideia, Sturgeon (2013), diz-nos que esta pode definir-se como o fluxo bilateral internacional de bens, serviços e investimentos, simultaneamente com o papel que as empresas e organizações desempenham.

Ao longo dos anos, tem tido um papel notório na aproximação de países distintos e longínquos entre si. Com o fim do protecionismo, acentua-se, naturalmente, o comércio internacional. Uma consequência inata da globalização, é a competição externa e a concorrência feroz entre países. Todavia, este crescimento não é uniforme, também é responsável pelo acentuar das desigualdades entre países pobres e ricos (repartição díspar da riqueza).

1.2.1.2.2. Política

O nível de integração político dos países é analisado por esta dimensão, consequência da atividade diplomática, que tem em linha de conta factores como: instituições internacionais de que são membros, embaixadas que possuem e missões da ONU em que participam (Borges, 2011).

Do ponto de vista do efeito da globalização, o período compreendido entre a II Guerra Mundial e a Guerra Fria, foi bastante prejudicial para a relação dos países. Na medida em que estes, com o objectivo de se recomporem e restaurarem as suas economias, tomaram a decisão política de se fecharem e cessarem as relações externas, travando, desta forma, um contínuo processo de crescimento.

Referirmo-nos, por último, ao facto de atualmente a tomada de decisões/posições, por parte dos Estados, não depender destes única e exclusivamente. Resultado da globalização, as nações atuam em consonância entre si a fim de alcançarem os resultados desejados. É manifestamente visível o facto de os representantes dos países não terem total controlo dos acontecimentos que sucedem dentro das suas próprias fronteiras geográficas.

1.2.1.3. Medição

Tendo em consideração tudo o que foi dito anteriormente a propósito do impacto e da dimensão que a globalização tem no desenvolvimento dos países, torna-se imperioso poder quantificá-la. Estes indicadores são apresentados num ranking mundial, que

traduzem o “nível de globalização” dos países analisados. Através destes podemos avaliar, por exemplo, o desenvolvimento económico dos países ou a eficácia das políticas impostas pelos governos.

Assim, numa pequena referência ao modo como se mede, aludimos apenas aos 4 Índices mais utilizados na atualidade:

1. *G-Index*;
2. Índice “ATK/FP”;
3. MGI;
4. *KOF Globalisation Index*.

No que diz respeito ao primeiro, foi desenvolvido pelo WMRC e foi pioneiro na medição da globalização. Quanto ao peso das dimensões, atribui 90% à económica e 10% à tecnológica (subdivididos em 5% para a internet e 5% para o telefone).

Em relação ao Índice “ATK/FP”, foi concebido numa cooperação entre *Policy Magazine* e a *A. T. Kearny Consulting Group*. É um dos indicadores mais conhecidos a nível mundial. Tem tido constantes atualizações a fim de estar apto a classificar com exatidão o “estado de globalização” dos países.

Devido à sua importância, damos mais destaque aos dois últimos métodos, apesar das semelhanças entre ambos, metodologicamente são bastante distintos.

1.2.1.3.1. MGI

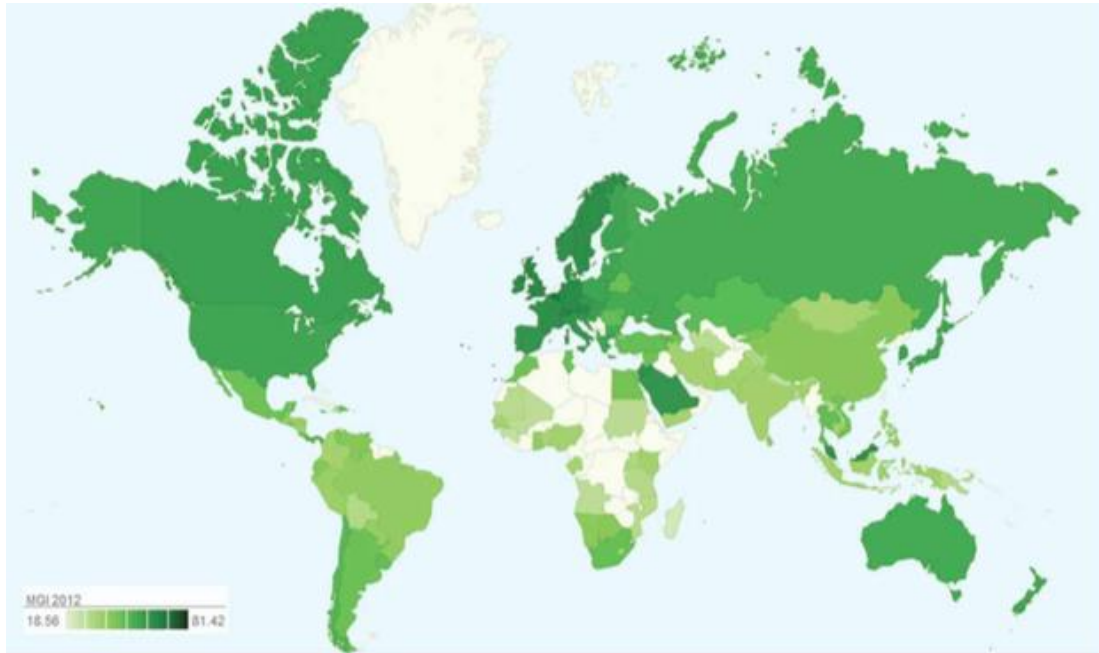
Foi desenvolvido com o intuito de complementar os índices de medição de globalização existentes até então, *G-Index* “ATK/FP”. Concebido por Martens e Zywietz (2006), foi atualizado e melhorado, em relação à versão original, por Martens e Raza (2008). Este índice tem 5 dimensões (política, económica, social e cultural, tecnológica e ecológica) e 11 variáveis (para a temática deste trabalho, destacamos as Embaixadas), conforme podemos observar na **Tabela 3**. Referir, ainda, que a análise do ranking abrange 117 países. Imediatamente a seguir, a **Figura 1**, elucida-nos, por continente, onde está localizado geograficamente o maior número de países.

Tabela 3- Indicadores do *Maastricht Globalisation Index*

MGI			
Dimensão	Nome do Indicador	Peso	Definição do Indicador
Política	Embaixadas	1/15	Número absoluto de Embaixadas e Altos-Comissários no País
	Organizações	1/15	Número absoluto de participações em Organizações Internacionais
	Militar	1/15	Comércio de armas convencionais como uma percentagem dos gastos militares
Económica	Comércio	1/15	Importações + Exportações de bens e serviços em percentagem do PIB
	IDE	1/15	IDE bruto em percentagem do PIB
	Capital	1/15	Fluxos de Capital Privado em percentagem do PIB
Social e Cultural	Migrantes	1/10	Migrantes Internacionais em percentagem do PIB
	Turismo	1/10	Chegadas + Partidas Internacionais por 100 habitantes
Tecnológica	Telemóvel	1/10	Subscrições de telemóveis por cada 100 habitantes
	Internet	1/10	Utilizadores da Internet em percentagem da população
Ambiental	Pegada Ecológica	1/5	Pegada Ecológica das Importações e Exportações em percentagem da biocapacidade

Fonte: Figge e Martens (2014); adaptação própria.

Figura 1- Mapa MGI 2012



Fonte: Figge e Martens (2014)

1.2.1.3.2. KOF Globalisation Index

Por fim, este é o índice mais utilizado no âmbito académico. Teve a sua primeira publicação em 2002 (abarcava 23 variáveis e 123 países) e até hoje, também, tem sofrido diversas atualizações. Comparativamente ao Índice ATK/FP e ao MGI, tem um período temporal mais extenso e um número de países maior. Em relação às versões existentes deste índice, 2002, 2007 e 2010, subdividem-se todas em 3 dimensões: globalização política, económica e social, como podemos constatar na **Tabela 4:**

Tabela 4-Indicadores do *KOF Globalisation Index 2014*

KOF	
Dimensão, Indicadores e Variáveis	Peso
A. Económica	36%
i) Fluxos	50%
Comércio (% do PIB)	21%
IDE, stocks (% do PIB)	27%
Investimentos de Carteira (% do PIB)	24%
Pagamentos de Rendimentos a Estrangeiros (% do PIB)	27%
ii) Restrições	50%
Barreiras ocultas às Importações	24%
Taxas Aduaneiras médias	28%
Impostos sobre o Comércio Internacional (% das receitas correntes)	26%
Restrições a Mercados de Capital	22%
B. Social	38%
i) Contactos Pessoais	33%
Tráfego Telefónico	25%
Transferências (% do PIB)	4%
Turismo Internacional	26%
População Estrangeira (% da População Total)	21%
Cartas Internacionais (<i>Per Capita</i>)	24%
ii) Fluxos de Informação	35%
Utilizadores da Internet (por 1000 pessoas)	36%
Televisão (por 1000 pessoas)	37%
Comércio de Jornais (% do PIB)	27%
iii) Proximidade Cultural	32%
Número de Restaurantes McDonald´s (<i>Per Capita</i>)	25%
Número de Lojas IKEA (<i>Per Capita</i>)	45%
Comércio de Livros (% do PIB)	10%
C. Política	26%
Embaixadas no País	25%
Membros em Organizações Internacionais	28%
Participações em Missões do Conselho de Segurança das N.U.	22%
Tratados Internacionais	25%

Fonte: Dreher, Gaston e Martens (2008); adaptação própria.

Em termos percentuais, podemos constatar que:

- A globalização social apresentou o peso de 38% em 2002 e 2007, 39% em 2010 e 38% em 2014;

- A globalização económica assumiu a ponderação de 35% em 2002, 36% em 2007, 37% em 2010 e 36% em 2014;
- A globalização política alcançou 28% em 2002, caiu para 26% em 2007, 25% em 2010 e, novamente, 26% em 2014.

Em relação ao número de variáveis, denota-se que:

- 2002 existiam 22;
- 2007 eram 26;
- 2010 subsistiam 24;
- 2014 cifram-se 28 variáveis.

Por último, referir, ainda, que na **Figura A** do **Anexo** consta o ranking de globalização por país, *2014 KOF Index of Globalization*, onde Portugal ocupa o 8º lugar. É interessante relembrar que, em 2004, estava no 13º posto.

1.2.2. Regionalização

Historicamente, a fase de maior importância no crescimento do comércio internacional remonta à época do pós II Guerra Mundial. Em 1947, a celebração do GATT marca o início de um processo gradual de liberalização do comércio internacional.

Posteriormente a este marco, verificou-se uma tendência, a formação de blocos regionais, como ASEAN, Mercosul, UE, NAFTA, entre outros. Tendo em conta que apenas consagravam o livre comércio de transações entre estados-membros, mantendo o protecionismo em relação aos restantes países, abriu-se um precedente que tinha por base a “disputa” entre blocos regionais pelo comércio internacional.

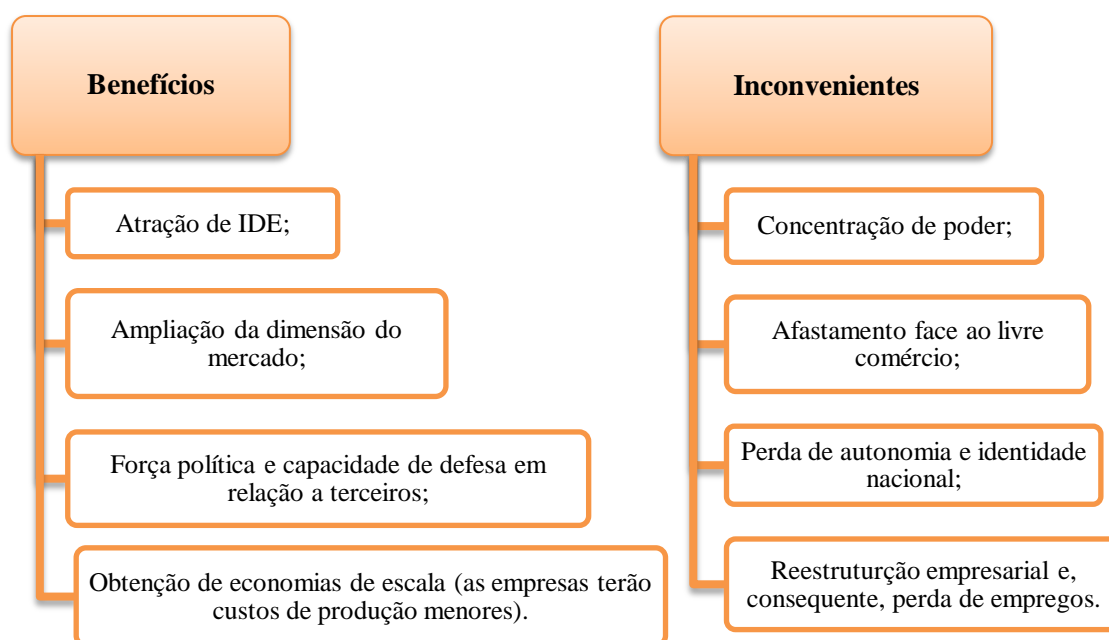
Em 1994, a realidade internacional dá mais “um passo em frente” no desenvolvimento do comércio mundial, com a constituição da OMC. O objectivo era o de implementar e regular a liberalização do comércio.

Posto isto, importa referirmo-nos a uma das tendências mais fortes da economia internacional, a integração económica regional. Pode definir-se como a gradual interdependência de dois ou mais países, geograficamente próximos, que estabelecem um acordo com o intuito de reduzirem as barreiras ao comércio e ao investimento

(Cavusgil, Knight e Riesenberger, 2013). Atualmente cobre mais de 50% do mundo e é como que um meio termo entre liberalização e proteccionismo, uma solução intermediária das duas situações.

Neste seguimento, os mesmos autores, elencam algumas vantagens e desvantagens da integração regional:

Figura 2- Benefícios e Inconvenientes da Integração Regional



Fonte: Cavusgil, Knight e Riesenberger (2013); adaptação própria.

E, também, destacam implicações para as empresas:

- Internacionalização de empresas dentro do bloco;
- Fusões e aquisições com o objectivo de obter escala;
- “Produtos regionais” e estratégias de marketing adequadas;
- Racionalização do funcionamento, geralmente com a concentração no centro de várias funções da cadeia de valor.

Considerando tudo o que foi dito acerca da integração regional, retiramos algumas conclusões:

- Quanto mais parecidos e homogéneos forem o conjunto de países, mais sucesso terá o bloco regional. Ou seja, aludi-mos a factores como: a similitude económica (envolve países com níveis de desenvolvimento económicos

próximos), política, cultural e linguística e a proximidade geográfica (minimiza custos de transporte);

- Incentiva fortemente a internacionalização das empresas.

Por fim, refletimos sobre um aspecto interessante. Apesar dos evidentes pontos positivos que a integração regional apresenta, depara-se com um grande dilema. Referimo-nos ao facto de a internacionalização das empresas limitar-se à geografia do bloco, ou seja, não se trata de globalização na verdadeira ascensão da palavra pois, ao fim ao cabo, é uma ação restrita.

1.2.3. Internacionalização

Desde meados dos anos 90 o processo de internacionalização começou a intensificar-se, através da globalização, torna-o “mais acessível” a todo o tipo de empresas. As relações económicas internacionais ampliaram o seu “poder de alcance” com a queda do muro de Berlim. O impacto deste fenómeno tem sido um meio fundamental para a criação de novas oportunidades de negócio para as empresas internacionalizadas. Todavia, simultaneamente, também têm enfrentado novos riscos e a forte concorrência de empresas de outros países, dada a escala global, e não local, assumida pelos consumidores. **Inegavelmente, marcou um ponto de viragem na diplomacia económica.**

Mas, comecemos por expor o que se entende por internacionalização. De todos os conceitos existentes na literatura, optamos por elencar os seguintes:

- De acordo com Borges (2011), que se baseia em Freire (1997), entende-se como a internacionalização de uma empresa o prolongamento das próprias estratégias e produtos para os mercados internacionais e a sua integração vertical noutros países, decorrendo numa replicação total ou parcial da sua cadeia de valor. Contudo, é preciso ter em linha de conta que este pode ter retrocessos;
- Por sua vez, segundo Dias (2007), que se fundamenta em Simões (1997), afirma que as noções deste processo estão assentes em duas dicotomias: a oposição micro-macro, comparando a óptica da economia nacional com a da

empresa, e a polarização “*inward-outward*”, confrontando operações como exportações, licenciamentos no exterior e investimento no estrangeiro, a operações como importações, aquisições de tecnologia estrangeira e investimento estrangeiro.

Posto isto, abordamos alguns aspectos que cingem o processo decorrente da internacionalização. A partir do momento em que as empresas integram os mercados externos, as decisões tornam-se significativamente mais complexas, na medida em que a atuação no exterior delega mais riscos e mais responsabilidades do que a atividade nacional. É um contexto não familiar que acarreta estratégias político-económicas, estudos cautelosos do ambiente de negócios e da concorrência, adaptação cultural, comercial e cambial, entre outros (Segal-Horn e Faulkner, 1999). Neste seguimento, Simões et al. (2013), através do auxílio da Figura 3, aborda uma ideia que traduz a “evolução expectável” das empresas. Ou seja, a ilustração de que encaram este processo, primeiramente, a partir de uma óptica geográfica. Começando a exportar para os países mais próximos, seguindo uma lógica de “círculos de água”. Assim, temos:

Figura 3- Evolução das Empresas nos Mercados Externos: Círculos de Água



Fonte: Simões et al. (2013).

Traduz claramente o perfil-tipo seguido na internacionalização. E o caso Português é um excelente exemplo disso mesmo. Veja-se que à décadas que Espanha é o mercado preferencial das empresas nacionais. Por outro lado, não descurar de outra escolha, também muito frequente, que prende-se com a vertente histórica e linguística. A

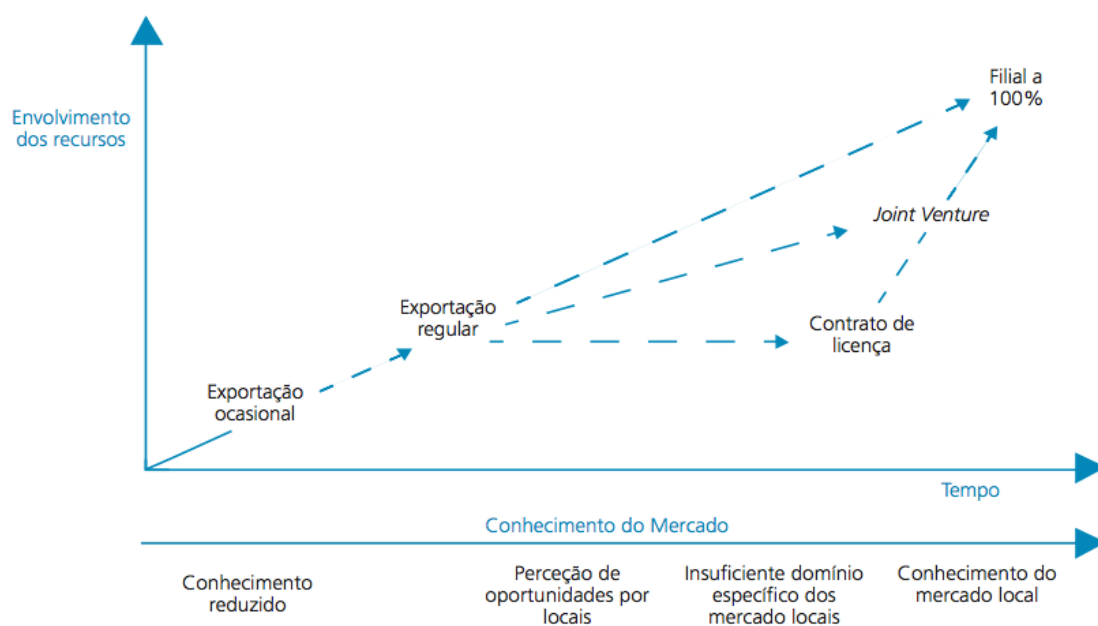
proximidade da cultura entre países, novamente no caso de Portugal, faz de Angola e Brasil mercados primordiais para as exportações das empresas nacionais. Agora, se o intuito for o de consolidarem a sua atividade no exterior, um aspecto útil é a existência de comunidades de emigrantes, visto que nestes locais já há bases construídas e uma cultura implementada, o que facilita a entreaajuda e uma adaptação mais rápida.

Antes de vermos o que leva as empresas a internacionalizarem-se e as adversidades que têm que superar, é propositado aludirmos às etapas pelo qual um processo desta natureza passa, segundo Simões et al. (2013), que se baseia em Wickramasekera e Oczkowski (2006):

1. Consciencialização;
2. Recolha de Informação e primeiras abordagens aos potenciais mercados;
3. Início das primeiras exportações. É um teste experimental ao novo distribuidor;
4. Exportações cada vez mais frequentes;
5. Criação de uma filial comercial no exterior;
6. Produção a partir do estrangeiro.

Em termos gráficos, as opções que as empresas tomam traduzem-se assim:

Figura 4- Etapas do Processo de Internacionalização



Fonte: Simões (2005).

Ora, aprofundado um pouco mais parte do que agora foi dito, um tema que está intimamente ligado à internacionalização, prende-se com as parcerias que se estabelecem no exterior, cujo principal objectivo são as empresas nacionais terem acesso ao *know-how* das estrangeiras, a aquisição de conhecimentos comerciais, produtivos e organizacionais necessários ao sucesso nos mercados internacionais. E isto pode ser feito através de 2 formas:

- a) Através da criação de *joint ventures*, que é uma forma de colaboração entre 2 ou mais empresas para criar uma nova empresa, detida conjuntamente;
- b) E, outra alternativa, é o estabelecimento de acordos de colaboração, que é uma parceria internacional em que as empresas partilham recursos, custos e riscos de um determinado projeto.

Ambas são consideradas IDE. São estratégias de internacionalização na qual a empresa estabelece uma presença física no exterior através da propriedade de ativos produtivos, como capital, trabalho, terra, equipamentos, etc.

Passando o nosso foco para outros aspectos, faz sentido basearmo-nos em Cavusgil, Knight e Riesenberger (2013), para dizer que as empresas podem ter 2 tipos de motivações para se internacionalizarem: as estratégicas e as reativas. Por um lado, na primeira, procuram algo diferente, novos mercados, novo conhecimento e, por outro lado, para acompanharem movimentos de deslocalização de clientes, em que são quase “forçados” para não perderem negócios.

Agora, segundo Simões et al. (2013), estas motivações podem agrupar-se em quatro factores perfeitamente conjugáveis entre si:

1. Penetração em mercados externos. Está habitualmente associada ao crescimento e expansão da empresa (explorar novas oportunidades de negócio no estrangeiro) que, numa fase inicial, é feito através das exportações;
2. Manutenção ou reforço de redes de relações. Replicar internacionalmente as relações comerciais já estabelecidas com outras empresas a nível nacional; aprovisionamento
3. Acesso a recursos produtivos. Tem 2 objetivos: obter *inputs* mais baratos (habitualmente associados à mão-de-obra a menores custos) e o benefício da existência de recursos naturais no território;

4. Acesso a competências ou ativos estratégicos. Obtenção de vantagem competitiva devido à cultura empresarial e *know-how* já existentes (como foi mencionado em cima).

Finalmente, elencamos possíveis exemplos de motivações:

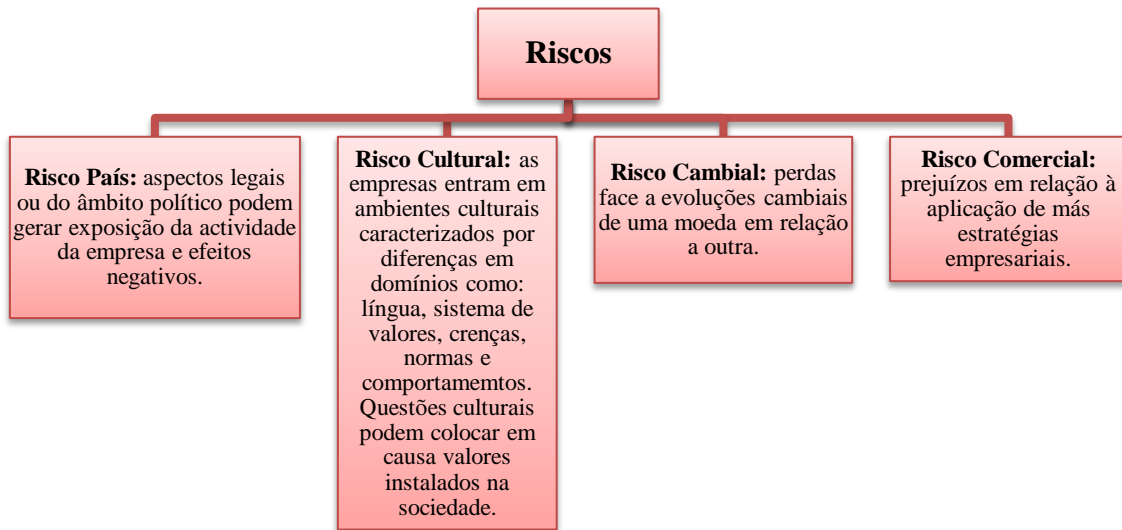
Figura 5- Motivações da Internacionalização



Fonte: Cavusgil, Knight e Riesenberger (2013); adaptação própria.

Contudo, este processo também tem riscos. Existem e não podem ser eliminados, mas podem ser controlados. As empresas envolvidas em negócios internacionais operam num ambiente caracterizado por uma cultura distinta, condições económicas específicas, sistemas legais e políticos próprios, etc. Mas as empresas com experiência internacional avaliam constantemente a sua envolvente e procuram, desta forma, antecipar potenciais riscos. Então, as empresas quando se internacionalizam podem enfrentar:

Figura 6- Riscos da Internacionalização



Fonte: Cavusgil, Knight e Riesenberger (2013); adaptação própria.

Por fim, partilhamos um exemplo de uma experiência real, que vem de encontro ao que foi dito, o testemunho de Diogo Salvi, *CEO* da *TIMWE*, em Simões et al. (2013), que diz que “apesar das evidentes vantagens, a internacionalização implica ultrapassar alguns desafios. (...) A capacidade de entender as realidades, línguas e culturas dos vários países, bem como as suas necessidades. (...) A capacidade de recrutar bom talento local e a necessidade constante de viajar, para conhecer bem os mercados. (...) A adaptação às legislações locais, por vezes obrigando à criação de empresas, e o facto de se trabalhar com várias moedas, o que pode traduzir-se em maior risco cambial e tributário”.

1.2.4. Emergência de Novos Países

Outrora “países em desenvolvimento”, são, agora, mundialmente conhecidos como países emergentes.

Os mercados emergentes, em regra, são economias que anteriormente encontravam-se em desenvolvimento, mas que atingiram um nível significativo de modernização e

industrialização e um rápido crescimento económico, concretamente a partir dos anos 80. Contudo, a ONU afirma que: “*The designations ‘developed’ and ‘developing’ are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgement about the stage reached by a particular country or area in the development process*”³³.

Ora, considerando o que foi dito, importa mencionar alguns aspectos já defendidos em relação ao facto deste tipo de economias serem bastante apelativas para os negócios internacionais. Elencamos, assim, alguns possíveis motivos que suportam esta ideia:

Tabela 5- Vantagens das Economias Emergentes

Como mercados-alvo	Como localização de fornecedores	Como localização da produção
Dá-se um grande aumento da classe média. Repercutindo-se numa maior procura de diversos produtos;	Obtenção de vantagens como: matérias-primas e recursos naturais, salários baixos, mercados nacionais amplos (por exemplo BRIC), investimento qualificado, etc.	Tendência para o <i>outsourcing</i> ³⁴ ;
Regista-se um forte desenvolvimento industrial. O que trará aumentos na construção de infraestruturas.		Propensão, também, para o <i>global sourcing</i> ³⁵ .

Fonte: Cavusgil, Knight e Riesenberger (2013);
Adaptação própria.

Acrescentar, também, que estas relações com países emergentes podem apresentar riscos e, neste sentido, torna-se importante a elaboração de estratégias usadas para atenuar essas desvantagens. Esquemáticamente apresentamos estes dois contrapontos:

³³ <http://unstats.un.org/unsd/methods/m49/m49.htm>.

³⁴ Refere-se à aquisição de algumas atividades da cadeia de valor, onde se inclui a produção de bens intermédios e finais, a fornecedores independentes. Objetivo é as empresas não obterem custos efetivos a mais em todas as atividades, daí contratarem fora da empresa.

³⁵ Prende-se com a aquisição de bens e serviços a fornecedores independentes ou a subsidiárias da empresa localizadas no exterior, para consumo no próprio país ou num terceiro.

Tabela 6- Riscos e Desafios das Economias Emergentes

Riscos	Desafios
Instabilidade política e sistema legal pouco desenvolvido (por exemplo: corrupção, falta de transparência na burocracia, entre outros);	Adoptar os produtos às características específicas destes mercados (por exemplo: se o rendimento per capita é baixo, naturalmente, a oferta será de produtos mais baratos);
Instabilidade de parceiros comerciais;	Estabelecer parcerias com conglomerados familiares (diminui o tempo, o capital e os ricos, permite relações privilegiadas, entre outros);
Fraca e desajustada proteção dos direitos de propriedade intelectual;	Estabelecer negócios com Governos (dada a sua importância enquanto clientes).
Fracas infraestruturas físicas.	

Fonte: Cavusgil, Knight e Riesenberger (2013); adaptação própria.

Não podendo dar a mesma atenção a todos os países que o Fundo Monetário Internacional classifica de países emergentes, através do “*World Economic Outlook: Recovery Strengthens, Remains Uneven. April 2014*”, daremos um claro destaque aos BRICS. Esta designação nasceu de um estudo de Jim O’Neill, que data ao ano de 2001, denominado “*Building Better Global Economic BRICS*”, que previa que estes países se tornariam economias mundiais até o final de 2050. Segundo o economista Inglês, Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul partilhavam características semelhantes como: demografia, potencial de crescimento e dimensão geográfica. Apesar de não serem um bloco económico assumido, têm vindo a fortalecer laços políticos, económicos e comerciais. A título exemplificativo, desde 2009, a China tornou-se o maior parceiro comercial do Brasil, lugar até então ocupado pelos EUA. Segundo o *International Trade Center*, a quota tem sido cada vez mais significativa, atingido, em 2013, o valor de 19% precedido dos 10,3% dos EUA. Situação semelhante reflete-se, também, com a Índia, em que a China, desde 2010, é o seu 3º melhor parceiro comercial e, em 2012, foi inclusivamente o seu principal fornecedor. Para terminar, inevitavelmente, a China tem vindo a assumir uma maior preponderância, desde 2008, no comércio da Rússia.

Nos últimos anos, a maioria dos BRICS, tem vindo a ganhar uma importância vital na esfera internacional e, naturalmente, passaram a ser encarados como atuais potências

mundiais, deixando, assim, a designação de economias emergentes. Veja-se que, por exemplo, na lista dos 10 países com o maior PIB mundial encontram-se China, Brasil e Rússia:

Tabela 7- Listagem dos 10 Países com maior PIB Mundial em 2013

2013		
Ranking	País	PIB (milhões de euros)
1º	EUA	12 625 631 €
2º	China	6 957 217 €
3º	Japão	3 690 018 €
4º	Alemanha	2 809 480 €
5º	França	2 113 687 €
6º	Reino Unido	2 017 194 €
7º	Brasil	1 690 818 €
8º	Itália	1 609 462 €
9º	Rússia	1 578 715 €
10º	Canadá	1 375 418 €

Fonte: Pordata, AICEP, Eurostat, Banco Mundial e EIU;
Adaptação própria.

Neste seguimento, destacamos mais alguns dados estatísticos alcançados pelos BRICS em dois anos específicos. Nomeadamente, em 2007, que marcou o ano anterior à crise económica mundial e, mais recentemente, 2013. O objectivo das **Tabelas 8 e 9**³⁶, é comparar épocas distintas, observar a evolução e constatar até que ponto a crise afectou ou não estas economias. Então, temos:

³⁶ Devido à escassez de dados, há componentes da temática social que não correspondem ao ano mencionado. Na Tabela 8, a população que vive com menos de 1,25 US\$ de Índia, China e África do Sul referem-se aos anos de 2009, 2008 e 2006 respectivamente. Ainda nesta Tabela, a taxa de pobreza nacional de Índia, China e África do Sul correspondem a 2009 e, os dois últimos, a 2006. Na Tabela 9, a população que vive com menos de 1,25 US\$ do Brasil, Índia, China e África do Sul traduzem os anos de 2012, no primeiro, e, os restantes, de 2011. Também nesta Tabela, a pobreza nacional de Índia e África do Sul dizem respeito a 2011, enquanto que para a China não existem dados de nenhum ano próximo.

Tabela 8 e 9- Evolução dos Dados Estatísticos dos BRICS em 2007 e 2013

Ano	2007									
Dados	Economia		Comércio		Demografia		Social			
	PIB	Ranking de Competitividade	Exportações	Facilidade de Negócios	Área (Km ²)	População (milhões de habitantes)	% da População que vive com menos de 1,25 US\$ por dia	Taxa de Pobreza Nacional (% da população)	Índice de Desenvolvimento Humano	Esperança Média de Vida
Brasil	997 216 €	66°	117 219,30 €	121°	8 515 692,30	191	5,80%	16,10%	0,731	72,26
Rússia	948 253 €	59°	258 593,90 €	96°	17 075 400	142	0,10%	13,30%	0,77	67,5
Índia	903 741 €	42°	109 564,80 €	134°	3 287 263	1 146	32,70%	29,80%	0,554	64,79
China	2 549 225 €	34°	890 518,80 €	93°	9 561 000	1 321	12,30%	29,10%	0,682	74,42
África do Sul	218 453 €	35°	50 918,70 €	29°	1 219 000	48	16,70%	66,60%	0,623	52

Ano	2013									
Dados	Economia		Comércio		Demografia		Social			
	PIB	Ranking de Competitividade	Exportações	Facilidade de Negócios	Área (Km ²)	População (milhões de habitantes)	% da População que vive com menos de 1,25 US\$ por dia	Taxa de Pobreza Nacional (% da população)	Índice de Desenvolvimento Humano	Esperança Média de Vida
Brasil	1 690 818 €	56°	182 239,70 €	116°	8 515 692,30	201	3,80%	8,90%	0,744	73,89
Rússia	1 578 715 €	64°	394 041,90 €	92°	17 075 400	142,5	0,00%	10,80%	0,778	71,07
Índia	1 411 837 €	60°	235 227,80 €	134°	3 287 263	1 238	23,60%	21,90%	0,586	66,46
China	6 957 217 €	29°	1 663 749,70 €	96°	9 561 000	1 350,20	6,30%	-	0,719	75,35
África do Sul	275 614 €	53°	72 340,60 €	41°	1 219 000	53,1	9,40%	53,80%	0,658	56,74

Fonte: AICEP, Banco Mundial, ONU, EIU, Global Competitiveness Index e Doing Business Report; Unidade: milhões de euros; adaptação própria.

Analisando, destacamos as seguintes conclusões:

- Como seria espetável, a China teve uma ascensão vertiginosa ao longo dos anos e não sofreu contrapartidas visíveis com a crise mundial de 2008. Dos países em causa, detém a 2ª maior área e é o mais populoso. A nível económico e comercial, nos 6 anos retratados nas tabelas, alcançou o 29º posto no ranking de competitividade, triplicou o seu PIB e aumentou consideravelmente o volume das exportações. Contudo, caiu 3 posições no ranking da facilidade em fazer negócios.
- A registar um crescimento exponencial, temos também outra grande potência, o Brasil. Desde 2007 até 2013, obteve sempre resultados positivos, alcançando, no último ano, 1.690.818 milhões de euros de PIB. As exportações também registaram uma pequena melhoria, cerca de 182.240 milhões de euros em 2013, e alcançaram resultados positivos nos rankings merecedores de destaque, onde, em 6 anos, melhoram 10 posições na competitividade e na facilidade de negócios conquistaram o 116º lugar. Em termos sociais, nenhum dos países evidenciados é propriamente brilhante, mas a par da Rússia, o Brasil é a nação que regista um IDH mais elevado (considerado *high Human Development*, tal como para a Rússia e China) e detém uma esperança média de vida também a crescer, situada nos 74 anos. Em termos de pobreza, denota-se um trabalho notável iniciado no Governo de Lula, descendo de 16,10%, em 2007, para 8,90%, em 2013, e a população que vive com menos de 1,25 US\$ por dia em 2012 é de 3,80%.
- Juntamente com China e Brasil, a Rússia completa o “pódio” de economias que eram apelidadas de emergentes mas, atualmente, são encaradas como potências mundiais, denotando um crescimento acima da média. Contrariamente aos países já abordados, a Rússia teve algumas oscilações no PIB de 2007 a 2013, verificando-se uma quebra no seu desenvolvimento em 2008, onde a variação anual do PIB foi de -7,8%. Contudo, desde então, tem crescido e só volta a registar uma nova descida o ano passado, onde obteve um PIB de 1.339.850 milhões de euros. Reflexo desta falta de consistência, foi a perda de competitividade nos mercados, caindo para um 64º lugar quando em 2007 ocupava o 59º. Em termos comerciais, as exportações têm subido a um

bom ritmo, atingindo os 394.042 milhões de euros em 2013, e granjearam o posto 92º no ranking da facilidade de negócios.

- Em relação à Índia, não foi incluída no ponto anterior devido às grandes disparidades que apresenta. Como é visível nas tabelas, em termos económicos, a Índia tem acompanhado o crescimento de Brasil e Rússia, atingido, em 2013, um PIB de 1.411.837 milhões de euros. Chega mesmo a obter melhores resultados, por exemplo, no ranking da competitividade ocupou a posição 60º e nas exportações obteve cerca de 235.228 milhões de euros, ficando melhor classificado, em ambos os casos, comparativamente à Rússia. Contudo, a realidade social é que não se revela nada favorável. Apesar de se notar um decréscimo da pobreza ao longo dos anos, a Índia ainda apresenta valores bastante elevados, em 2011, 23,6% da população vivia com menos de 1,25 US\$ por dia e 21,9% vivia abaixo da linha da pobreza nacional. E, em relação ao IDH, juntamente com a África do sul, são as nações que registam valores mais baixos, classificados de *medium Human Development*.
- Finalmente, a África do Sul, claramente não assume sequer semelhante protagonismo dos restantes países no que diz respeito ao crescimento, apesar de ter evoluído em alguns aspectos. Veja-se que, em 2013, PIB e exportações registaram uma evolução positiva, mas ainda assim pequena, alcançando valores como 275.614 e 72.340,60 milhões de euros respectivamente. Já nos rankings disponibilizados piorou, onde desde 2007 caiu 18 lugares na competitividade (ficando em 53º) e 12 na facilidade de negócios (ocupando o 41º). No que concerne à população que vive com menos de 1,25 US\$ por dia, desde 2006 até 2011, desceu 7,30% (ficando com 9,40% da população nesta situação). E, em relação à taxa de pobreza, a situação é realmente negativa e assustadora. Em que, para o mesmo período, desceu 12,80% mas ainda assim regista uma percentagem da população nesta situação de 53,80%.
- Por último, reforçar a ideia que transparece dos dados expostos na temática social, em que é notório e flagrante as desigualdades existentes nos países emergentes, apesar de se notar progressivos desenvolvimentos nos últimos anos.

II. Internacionalização da Economia Portuguesa

2. Diplomacia Económica Portuguesa

2.1. Modelo Institucional de Diplomacia Económica Portuguesa

2.1.1. Revisão Histórica

Como ponto prévio ao que se irá tratar acerca do modelo institucional, parece-nos importante datar e explicar como se chegou a este ponto na diplomacia económica Portuguesa, abordar o percurso que esta tem percorrido ao longo dos anos.

Neste sentido, decorria o ano de 1949 quando é criado o Fundo de Fomento Exportação. Este fundo foi concebido com o principal objectivo de promover a exportação de produtos nacionais. Inicialmente, era tutelado pelo Ministério da Economia e das Finanças, numa espécie de “partilha de competências”. **É este momento o fundador da diplomacia económica portuguesa.**

Largos anos mais tarde, devido ao facto da existência de uma lacuna na vertente da ação económica externa, em 1976, é constituído o Instituto do Investimento Externo. Passando a desempenhar a função de entidade coordenadora, orientadora e supervisora do investimento estrangeiro do nosso país.

Posteriormente, em 1992, o FEE dá lugar ao Instituto do Comércio Externo de Portugal, tutelado, na altura, pelo Ministério da Indústria, Energia e Exportação. Assimilando as competências do extinguido IIE, que se restringiam, essencialmente, às pastas relacionadas com o turismo devido ao facto do Instituto de Promoção Turística ter cessado funções. Assim, passa a designar-se ICEP – Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal.

Por fim, a década de 2000 teve marcos bastante relevantes no que concerne à representação externa de Portugal. Em 2002, registaram-se as primeiras alterações orgânicas, com a criação da Agência Portuguesa para o Investimento, que configurava a primeira agência a adotar o estatuto de Entidade Pública Empresarial e a criar uma atmosfera propícia ao investimento. Absorvendo, assim, as mestrias do ICEP referentes ao investimento estrangeiro. Dois anos mais tarde, dá-se a concepção do

Instituto de Turismo de Portugal, que passa a deter as pastas relativas à promoção externa do turismo nacional, mantendo essas funções inalteráveis até os dias de hoje. Finalmente, em 2007, sucedendo à API, foi criada a Agência para o Investimento e Comércio Externo Português. Assumindo um papel imperioso junto das empresas nacionais, passando a conjugar sinergias no incentivo às exportações, na atração de IDE e na promoção do investimento Português no estrangeiro. Devido à sua relevância, esta Agência irá absorver uma boa parte da nossa atenção no ponto seguinte.

2.1.2. Contextualização

Atualmente, é notório que empresas Portuguesas necessitam de um apoio eficaz e de uma intervenção consistente de todas as partes integrantes da diplomacia económica. De acordo a Lei nº 82-A/2014, onde foram aprovadas as Grandes Opções do Plano para 2015, refere-se que “a diplomacia económica assume uma importância primordial na agenda de crescimento do país. É hoje um eixo estruturante da política externa portuguesa, desempenhando um papel ímpar na materialização do desígnio estratégico de abertura e internacionalização da economia nacional”.

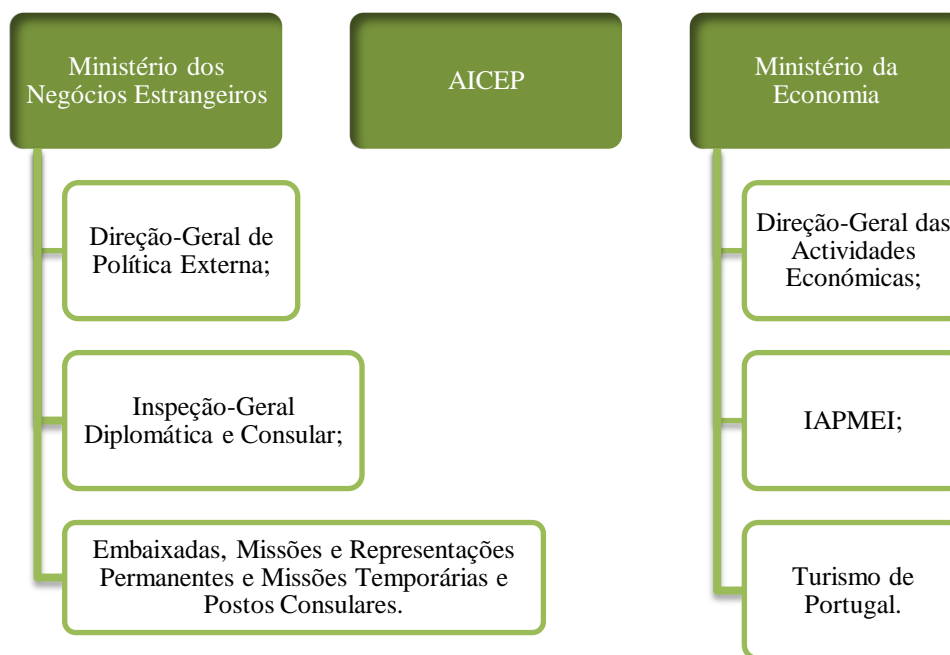
Neste sentido, o Conselho Estratégico de Internacionalização da Economia, presidido pelo Primeiro-Ministro Pedro Passos Coelho, tem como propósito avaliar as políticas públicas e ações privadas, articulando matérias de internacionalização da economia Portuguesa, mais precisamente na promoção e captação de investimento estrangeiro e cooperação para o desenvolvimento.

Quanto à rede externa do Estado, tutelado pelo Vice Primeiro-Ministro Paulo Portas, atua através da colaboração entre:

- Ministério da Economia;
- Ministério dos Negócios Estrangeiros;
- Instituto do Turismo de Portugal;
- AICEP.

Para percebermos melhor como são constituídas estas entidades que trabalham em conjunto na rede externa Portuguesa, apresentamos parte das suas estruturas orgânicas³⁷.

Figura 7- Estrutura Orgânica da Rede Externa Portuguesa – MNE, ME e AICEP.



Fonte: MNE e Ministério da Economia; adaptação própria

Duma forma resumida, vamos abordar algumas das funções desempenhadas por estes serviços. Começamos, primeiro, pelos dois Ministérios e, depois, dar-se-á um enfoque especial à AICEP. Assim, em relação ao Ministério dos Negócios Estrangeiros, destacamos os serviços centrais que integram a administração direta do Estado:

- a) Direção-Geral de Política Externa: coordena e decide acerca de assuntos dos âmbitos político-diplomático e económico; e, por exemplo, assegura a cooperação entre o MNE e o AICEP;
- b) Inspeção-Geral Diplomática e Consular: “assegura a ação disciplinar e a auditoria de gestão, diplomática e consular”³⁸;

³⁷ Visto que estes Ministérios são compostos por muitos serviços, destacamos somente os que nos interessam no âmbito da diplomacia económica e comércio externo Português.

³⁸ <http://www.portugal.gov.pt/pt/os-ministerios/ministerio-dos-negocios-estrangeiros/quero-saber-mais/sobre-o-ministerio/estrutura-organica/igdc.aspx>.

E, no que diz respeito ao Ministério da Economia, evidenciamos, na administração direta do Estado, a Direção-Geral das Atividades Económicas³⁹ e, na administração indireta, os seguintes organismos: âmbito

- a) IAPMEI: promove e desenvolve o crescimento empresarial, através do reforço de áreas como empreendedorismo, investimento e inovação;
- b) Turismo de Portugal: dinamiza, promove e valoriza a atividade turística Portuguesa.

Por sua vez, a rede externa Portuguesa, opera em consonância com empresas, associações empresariais, instituições de ensino superior e câmaras de comércio. Inegavelmente, esta rede tem vindo a aumentar em grande escala e, isso, tem contribuído, fundamentalmente, para potenciar a economia nacional.

O grande objectivo do novo modelo institucional de diplomacia económica é, numa forma mais eficaz e eficiente, articular todas as partes intervenientes no processo de internacionalização da economia Portuguesa, passando, necessariamente, por uma racionalização das estruturas do Estado. Neste novo paradigma, assistiu-se a uma unificação da AICEP e do MNE, permitindo atingir metas bastante interessantes, como veremos no **Ponto 2.3.** Ainda na mesma Lei, nº 82-A/2014, é referido que “a diversificação de mercados, o alargamento da base exportadora e a atração de investimento estruturante que gere riqueza, aumente o valor acrescentado dos nossos produtos e serviços e crie postos de trabalho qualificados, são três pilares essenciais da atuação do Governo em matéria de diplomacia económica”.

Posto isto, é oportuno observarmos mais de perto toda a envolvente da AICEP, dado o papel que desempenha na diplomacia económica Portuguesa. Assim, é uma entidade de direito público, de natureza empresarial e com autonomia patrimonial, financeira e administrativa, que está incumbida, essencialmente, de:

- a) Acompanhar, apoiar e facilitar a expansão internacional das empresas Portuguesas e contribuir para a sua competitividade;
- b) Recolher e tratar informações macroeconómicas e, também, acerca dos mercados externos;
- c) Atrair IDE para Portugal;
- d) Dinamizadora de negócios em mercados estratégicos;

³⁹ Sem comprometer nem sobrepor as competências dos organismos e serviços do MNE, promove a criação de condições necessárias e vantajosas à internacionalização de empresas, desenvolve atividades no campo da cooperação bilateral internacional e define e executa políticas no âmbito do relacionamento económico externo.

- e) Promover a imagem do nosso país no exterior e estimular a divulgação de serviços, produtos e competências das empresas nacionais. Ou seja, internacionalização da economia Portuguesa;
- f) Colaboração e articulação estratégica com o MNE no desenvolvimento das relações económicas bilaterais e multilaterais;
- g) **“Promover o fortalecimento da diplomacia económica de forma unificada com os serviços periféricos externos do MNE”**⁴⁰ (entenda-se, Embaixadas, Postos Consulares, Missões e Representações Permanentes e Missões Temporárias)
- h) Contribuir, diretamente, para a sustentabilidade da economia nacional (criando emprego, aumentando o VAB e reduzindo o deficit da balança comercial).

Esta missão da AICEP, assente numa lógica de proximidade às empresas, conjuntamente com a integração das embaixadas de Portugal, reforçam a rede externa. Em relação às ações de diplomacia económica nos mercados externos, traduzem-se, habitualmente, em visitas de estado oficiais⁴¹ com a comitiva empresarial. Estas ações podem ser realizadas através de presenças: nas principais feiras de comércio e investimento internacionais, em missões empresariais aos mercados externos (sectoriais, multisectoriais ou individuais), em *road shows* de angariação de IDE e incentivo às exportações, etc. A propósito deste último evento, utilizado com alguma frequência, a Agência tem estado a realizar uma iniciativa interessante. Com o objectivo de promover e sensibilizar a internacionalização das empresas Portuguesas, está a percorrer 12 cidades⁴² em 12 meses⁴³ com *road shows* totalmente dedicados a esta temática. Esta iniciativa teve na sua génese os números alcançados pelas empresas Portuguesas em 2014, onde, entre Janeiro e Junho, as exportações de bens aumentaram 4% face a 2013.

Por outro lado, também presta serviços como:

- Identificação de oportunidades de negócio (tal como vimos em cima, umas das principais funções da AICEP). Implica um conhecimento profundo dos mercados externos e das tendências de investimento e do comércio (o que se

⁴⁰ Segundo o Decreto-Lei nº 229/2012, artigo 6º, alínea o). É emitido pelo MNE e aprova os Estatutos da AICEP.

⁴¹ Na figura do Presidente da República, Primeiro Ministro, Vice Primeiro Ministro ou, ainda, mas menos comum, Ministros de outras pastas.

⁴² Bragança, Braga, Porto, Aveiro, Viseu, Guarda, Coimbra, Leiria, Lisboa, Évora, Faro e Ponta Delgada.

⁴³ Teve início a 17 de Setembro de 2014 e prevê-se que termine em Setembro deste ano.

importa, quem o importa e de onde é que importa, e o que faz e como faz a concorrência);

- Ações de *lobby* (aplica-se, principalmente, em mercados onde as economias ainda estão muito centralizadas, por exemplo o caso da China);
- Disponibilização de listas de clientes, importadores, distribuidores, entre outros;
- Resolução de custos de contexto, por exemplo, pode haver entraves legislativos que afastam o investimento estrangeiro.

Neste sentido, gostávamos, ainda, partilhar um pequeno excerto da entrevista que o Ministro dos Negócios Estrangeiros, Rui Manchete, concedeu em Abril deste ano. Explana com bastante clareza o papel de todos os intervenientes na diplomacia económica portuguesa. Assim, em AICEP (2015), defende que “o Ministério (dos Negócios Estrangeiros) desenvolve, em primeiro lugar, duas vertentes da diplomacia económica, que gostaria de destacar, até pela sua menor visibilidade na opinião pública: a primeira é o intenso trabalho de negociação dos acordos e das convenções nas áreas económica e fiscal, que asseguram a infraestrutura jurídica fundamental para a competitividade das exportações nacionais e a capacidade de atração de investimento estrangeiro em Portugal. A outra, não menos importante e que foi essencial neste período da intervenção externa, é o papel desempenhado pelas embaixadas Portuguesas na promoção da imagem do nosso país, um trabalho muito importante que tem sido levado a cabo pelos diplomatas Portuguesas com brio e dedicação. Depois, temos a face mais visível da chamada diplomacia económica e que está mais diretamente ligada ao apoio à atividade das empresas Portuguesas no estrangeiro e às empresas estrangeiras que querem investir em Portugal. Estas são tarefas nas quais a rede externa do MNE, em colaboração com a AICEP, tem um papel de primeira linha”.

Por último, esquematicamente, resumimos o processo de atuação da diplomacia económica portuguesa da seguinte forma:

Figura 8- Síntese do Processo de atuação da Diplomacia Económica Portuguesa



Adaptação própria.

2.2. Identificação das representações Diplomáticas e delegações da AICEP

Como foi mencionado no tópico anterior, a rede externa Portuguesa tem contribuído para o crescimento da economia nacional.

Neste tópico, numa fase inicial, pretende-se esmiuçar a distribuição geográfica dos postos diplomáticos e das delegações da AICEP por continente e, posteriormente, especificar os países onde Portugal possui o maior número de representações e que representações são essas.

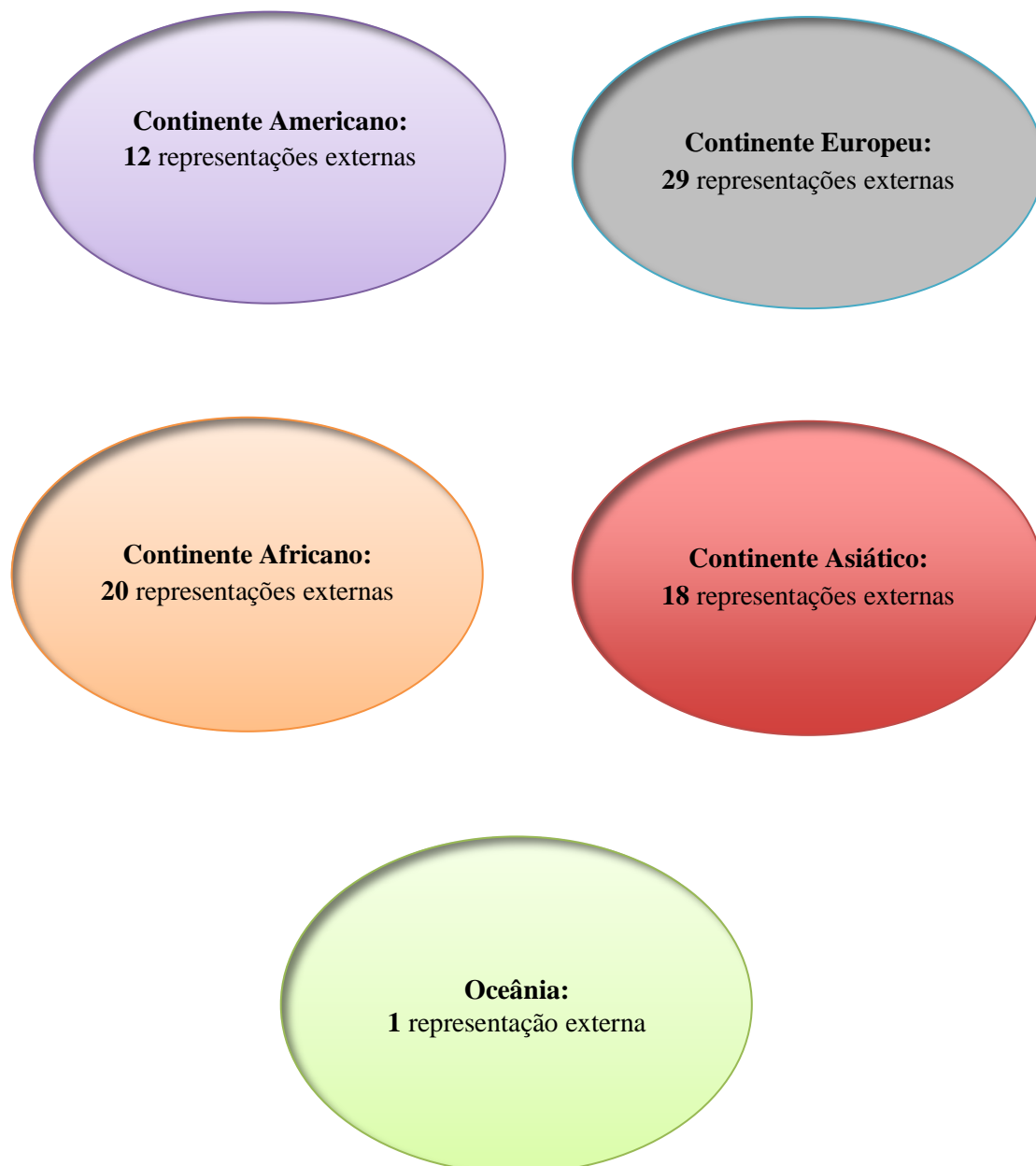
Assim, quer no esquema, quer na tabela em baixo, referimo-nos aos Postos Diplomáticos, compostos por:

- Antena Diplomática;
- Consulado-Geral;
- Consulado;

- Embaixada;
- Escritório Consular;
- Missão Temporária, Delegação, Representação e Missão Permanente;
- Vice-Consulado.

Posto isto, pode representar-se esquematicamente o número de representações diplomáticas Portuguesas, por continente, da seguinte forma:

Figura 9-Número de Representações Diplomáticas Portuguesas em 2015 por Continente



Fonte: MNE; adaptação própria.

Pormenorizando os dados agora mencionados, na tabela seguinte, encontram-se elencados todos os países:

Tabela 10- Identificação das Representações Diplomáticas Portuguesas em 2015 por Continente

Continentes				
América	Europa	África	Ásia	Oceânia
Argentina	Alemanha	África do Sul	Arábia Saudita	Austrália
Brasil	Áustria	Angola	Azerbaijão	
Canadá	Bélgica	Argélia	Cazaquistão	
Chile	Bulgária	Cabo Verde	China	
Colômbia	Chipre	Egito	Coreia do Sul	
Cuba	Croácia	Eritreia	Emirados Árabes Unidos	
EUA	Dinamarca	Etiópia	Índia	
México	Eslováquia	Guiné - Bissau	Indonésia	
Panamá	Eslovénia	Guiné - Equatorial	Irão	
Peru	Espanha	Líbia	Israel	
Uruguai	Finlândia	Marrocos	Japão	
Venezuela	França	Moçambique	Macau	
	Grécia	Namíbia	Palestina	
	Hungria	Nigéria	Paquistão	
	Irlanda	Quénia	Qatar	
	Itália	República Democrática do Congo	Singapura	
	Luxemburgo	São Tomé e Príncipe	Tailândia	
	Noruega	Senegal	Timor-Leste	
	Países Baixos	Togo		
	Polónia	Tunísia		
	Reino Unido	Zimbabwe		
	República Checa			
	Roménia			
	Rússia			
	Sérvia			
	Suécia			
	Suíça			
	Turquia			
	Ucrânia			

Fonte: MNE; adaptação própria.

Seguindo a mesma linha de exposição, na **Tabela 11**, podemos observar todos os países e cidades onde atualmente a AICEP está representada:

Tabela 11- Rede Externa da AICEP em 2015 identificada por Continente, País e Cidade

Continentes							
América		Europa		África		Ásia	
País	Cidade	País	Cidade	País	Cidade	País	Cidade
Argentina	Buenos Aires	Alemanha	Berlim	África do Sul	Pretória	Arábia Saudita	Riade
Brasil	Rio de Janeiro	Áustria	Viena	Angola	Luanda	Azerbaijão	Baku
	São Paulo	Bélgica	Bruxelas	Argélia	Argel	Cazaquistão	Astana
Canadá	Toronto	Dinamarca	Copenhaga	Cabo Verde	Praia	China	Macau
Chile	Santiago do Chile	Eslováquia	Bratislava	Gana	Acra		Pequim
Colômbia	Bogotá	Eslovénia	Liubliana	Guiné-Bissau	Bissau	Coreia do Sul	Xangai
Equador	Quito		Barcelona	Guiné-Equatorial	Malabo		Seul
EUA	São Francisco	Espanha	Madrid	Líbia	Trípoli	Emirados Árabes Unidos	Abu Dhabi
	Nova Iorque	Finlândia	Helsínquia	Marrocos	Rabat	Índia	Nova Deli
México	Cidade do México	França	Paris	Moçambique	Maputo	Indonésia	Jakarta
Panamá	Cidade do Panamá	Grécia	Atenas	Namíbia	Windhoek	Japão	Tóquio
Peru	Lima	Holanda	Haia	Nigéria	Abuja	Kuwait	Kuwait
Venezuela	Caracas	Hungria	Budapeste	São Tomé e Príncipe	São Tomé	Malásia	Kuala Lumpur
		Irlanda	Dublin	Senegal	Dakar	Qatar	Doha
		Itália	Milão	Tunísia	Tunes	Singapura	Singapura
		Luxemburgo	Luxemburgo			Timor-Leste	Díli
		Noruega	Oslo				
		Polónia	Varsóvia				
		Reino Unido	Londres				
		República Checa	Praga				
		Roménia	Bucareste				
		Rússia	Moscovo				
		Suécia	Estocolmo				
		Suíça	Zurique				
Turquia	Ancara						

Fonte: AICEP; adaptação própria.

Nesta tabela importa atender a um detalhe. Desde Novembro de 2014, a AICEP iniciou um processo de reforço da sua rede externa, passando a estar presente em mais

12 países. São eles: Cazaquistão, Coreia do Sul, Equador, Gana, Guiné-Bissau, Guiné-Equatorial, Nigéria, São Tomé e Príncipe, Senegal, Finlândia, Noruega e Timor-Leste. Esta escolha estratégica deveu-se, essencialmente, a dois fatores: seguir as tendências do investimento estrangeiro (fluxos que apresentavam mais potencialidades de crescimento) e ter em conta o número de pedidos feito pelas empresas nacionais. Com este alargamento, a AICEP já conta com delegações em 65 países. A constante aposta em novos mercados prende-se com a necessidade de potenciar as relações comerciais com Portugal. Tendo sempre no horizonte o apoio à internacionalização das empresas portuguesas, a fomentação de novos negócios e a captação de investimento, a Agência presidida por Miguel Frاسquilho anunciou, também por esta altura, a implementação daquilo a que apelidou de *FDI Scouts*. São especialistas cuja função é somente a captação de IDE. Esta equipa de profissionais, por motivos comerciais e estratégicos, está, primeiramente, focada em países como: China, Coreia do Sul e Japão no continente Asiático, Canadá e EUA no continente Americano e, por fim, Holanda, Alemanha, França, Suíça, Luxemburgo, Itália, Bélgica e Reino Unido na Europa. Naturalmente, numa fase mais avançada deste projeto e com uma equipa mais vasta, o foco será alargado a mais mercados.

O segundo ponto prende-se com o maior destaque que Portugal presta a determinados países. Ou seja, devido a factores como dimensão territorial, importância internacional, proximidade cultural, estratégia comercial, entre outros, faz com que o nosso país mantenha diferentes relações de proximidade com os países. E, conseqüentemente, isso faz com que hajam mais Embaixadas, Postos Consulares e escritórios da AICEP em determinados países em detrimento de outros. Contudo, o facto da existência desta maior representação Portuguesa em algumas nações, pode não implicar que o fluxo de comércio externo seja elevado. É uma abordagem bastante interessante que será desenvolvida mais à frente.

Nas seguintes tabelas, a informação tem em linha de conta:

- Embaixadas e respectiva Secção Consular;
- Vice-Consulados;
- Consulados Gerais;
- Consulados Honorários;
- Escritórios e/ou delegações da AICEP.

Importa, ainda, aludir a um pequeno detalhe, que prende-se com facto de que entre Embaixadas e escritórios da AICEP existe uma política de partilha de instalações e

conhecimento de forma a maximizar recursos, cobrir mais mercados e prestar um apoio de maior proximidade às empresas nos seus processos de internacionalização. Por isso, na grande maioria dos casos, como se pode observar nas **Tabelas 12, 13, 14, 15 e 16**, as representações da AICEP no exterior encontram-se instaladas dentro das Embaixadas.

Assim, em relação ao continente Americano, destacam-se os seguintes países:

Tabela 12- Identificação dos Países com mais Representações Externas Portuguesas no Continente Americano

Países	Representações Diplomáticas Portuguesas			
	Embaixada	Secção Consular da Embaixada	Consulados Gerais e Honorários e Vice-Consulados	Delegações AICEP
Argentina	Buenos Aires	Buenos Aires	Comodoro Rivadavia, Mendoza, Rosário e Córdoba.	
Brasil	Brasília	Brasília	Goiânia, Belém, Manaus, São Luís do Maranhão, Belo Horizonte, Juiz de Fora, Montes Claros, Salvador, São Paulo, Recife, Santos, Fortaleza, etc.	São Paulo e Rio de Janeiro
Canadá	Ottawa	Ottawa	Montreal, Québec, Halifax, Toronto, Winnipeg, Vancouver e Edmonton.	Toronto
EUA	Washington DC	Washington DC	Chicago, Houston, Miami, Nova Orleães, Orlando, Newark, New Bedford, Boston, Nova Iorque, San Juan de Puerto Rico, Waterbury, Providence, Honolulu e São Francisco.	Nova Iorque e São Francisco
México	Cidade do México	Cidade do México	Cancun, Vera Cruz, Monterrey e Guadalajara.	Cidade do México
Venezuela	Caracas		Caracas, Barcelona, Ciudad Guayana, Los Teques, La Gúaíra, Margarita, Valência, Barquisimeto, Guanare, Maracay, San Cristóbal e Mérida.	Caracas

Fonte: MNE; adaptação própria.

Desta tabela, podemos retirar as seguintes conclusões:

- É o continente que regista o maior número de Embaixadas e Postos Consulares por nação, onde se destacam Brasil e EUA com 48 e 19 representações, respectivamente. Devido à extensa lista da economia mais forte da América Latina, só enumeramos aqueles que consideramos mais importantes. Referir, também, que só estes países possuem dois escritórios da AICEP;

- Os EUA, contrariamente aos outros países, possui um gabinete do Adido de Defesa, em Washington DC. É um cargo pouco habitual na rede externa Portuguesa, executada por um elemento das Forças Armadas cuja função é representar todas as diretrizes das relações bilaterais militares do país. Está sediado na Embaixada e tem um *status* de diplomata;
- Apesar de não estar presente neste quadro, é relevante mencionar que a delegação da AICEP da Argentina assume um papel fundamental para alguns dos países de menor dimensão, mais concretamente com os que faz fronteira. Em que, Argentina, Uruguai e Paraguai partilham a mesma delegação, situada em Buenos Aires (Argentina);
- Por fim, merece destaque a Venezuela pois, para além do elevado número de representações Portuguesas que detém, desde 2008 tem tido um peso cada vez mais significativo no comércio internacional do nosso país (na sua base está o recurso natural petróleo). Em termos diplomáticos, só a Venezuela não possui uma secção consular na Embaixada.

Em relação ao “Velho Continente”, salientam-se estas nações:

Tabela 13- Identificação dos Países com mais Representações Externas Portuguesas no Continente Europeu

Países	Representações Diplomáticas Portuguesas			
	Embaixada	Secção Consular da Embaixada	Consulados Gerais e Honorários e Vice-Consulados	Delegações AICEP
Alemanha	Berlim	Berlim	Dusseldorf, Estugarda, Munique, Hamburgo e Frankfurt.	Berlim
Áustria	Viena	Viena	Linz, Graz, Innsbruck e Salzburgo.	Viena
Bélgica	Bruxelas	Bruxelas	Antuérpia, Bruges e Liége.	Bruxelas
Espanha	Madrid	Madrid	Barcelona, Sevilha, Vigo, Bilbao, Badajoz, Cáceres, Málaga, Coruña, León, Salamanca, Las Palmas de Gran Canária, Santa Cruz de Tenerife e Ceuta.	Madrid e Barcelona
França	Paris		Paris, Rouen, Bordéus, Dax, Estrasburgo, Lyon, Marselha, Ajaccio, Orleães, Toulouse, Tours, Pau e Clermont-Fernad.	Paris
Reino Unido e Irlanda do Norte⁴⁴	Londres		Londres, Hamilton, Saint Helier, Manchester e Edimburgo.	Londres
Itália	Roma	Roma	Bari, Nápoles, Milão, Florença, Génova, Livorno, Trieste, Turim, Bolonha e Palermo.	Roma
Noruega	Oslo		Aalesund, Bergen, Fredrikstad, Kristiansand, Stavanger, Trondheim e Tromso.	Oslo
Suíça	Berna	Berna	Genebra, Sion, Zurique e Lugano,	Zurique

Fonte: MNE; adaptação própria.

Destacamos pontos de interesse como:

- É o continente em que salientamos mais países, onde todos os mencionados têm, no mínimo, 6 representações de Portugal. Espanha assume-se como a mais representada;
- Outro aspecto de relevo, que não é explícito na tabela, é o de que Espanha é o único país que possui dois Centros de Língua Portuguesa, em Cáceres e em Barcelona;
- Na Alemanha importa aludirmos a um detalhe bastante comum em Consulados de menor dimensão, mais precisamente no facto de o Consulado

⁴⁴ A conjugação destes países segue a análise aplicada pelo MNE.

honorário de Frankfurt depender da Embaixada de Portugal em Berlim. É frequente a existência de Consulados que não têm “autonomia” suficiente;

- Tal como foi referido anteriormente, a delegação da AICEP na Argentina é partilhada por 3 países. Com Áustria e Bélgica sucede-se o mesmo. Em relação a este último país, é partilhada com Luxemburgo e, no que concerne à Áustria, reparte a delegação com Eslováquia e Eslovénia. Ainda outro caso, é a representação da AICEP na Noruega ser dependente de Copenhaga (Dinamarca). Esta realidade ainda é frequente, normalmente, em países de reduzida importância comercial e estratégica para Portugal;
- Dos países em causa, França, Reino Unido e Irlanda do Norte e Noruega são os únicos países que não possuem secção consular na respectiva Embaixada;
- Por último, mencionar mais um pequeno aspecto relacionado com as dependências entre representações externas, nomeadamente na Suíça, onde o escritório consular de Portugal em Sion é dependente do Consulado-Geral de Genebra.

No que concerne ao continente Africano, mencionamos os seguintes países:

Tabela 14- Identificação dos Países com mais Representações Externas Portuguesas no Continente Africano

Países	Representações Diplomáticas Portuguesas			
	Embaixada	Secção Consular da Embaixada	Consulados Gerais e Honorários e Vice-Consulados	Delegações AICEP
África do Sul	Pretória e Cidade do Cabo	Pretória	Cidade do Cabo, Port Elizabeth, Joanesburgo, Durban e Welkom	Pretória
Angola	Luanda		Luanda e Benguela	Luanda
Cabo Verde	Cidade da Praia	Cidade da Praia	Mindelo e Ilha do Sal	Cidade da Praia
Moçambique	Maputo		Beira, Chimoio, Nampula, Maputo e Quelimane	Maputo

Fonte: MNE; adaptação própria.

Manifestamente, África é o segundo continente com o maior número de países com representações Portuguesas. Parece-nos uma opção natural, essencialmente, devido às relações culturais que Portugal mantém com parte destes países, por exemplo os PALOP ou a CPLP. A prova disso é que, em ambos, tanto exportações como

importações Portuguesas de bens e serviços têm crescido (apesar de 2013 para 2014, terem-se verificado algumas oscilações nas importações de bens).

Contudo, destacamos somente 4, de onde concluimos que:

- Claramente, o país que mais se destaca é África do Sul. É a maior e mais desenvolvida economia deste continente. Daí a clara preferência na representação externa Portuguesa, refletida, essencialmente, no número de Embaixadas. Expor, também, um pequeno detalhe, que diz respeito ao facto de a Embaixada na Cidade do Cabo só funcionar no período de Janeiro a Junho, tendo por isso, os serviços terem que ser assegurados o resto do ano pela Embaixada em Pretória;
- Em relação a Angola, possui um Centro Cultural Português. E, contrariamente ao que é habitual no continente Africano, é o único país que possui um Adido Comercial. Cada vez mais uma potência regional de África Subsariana, Angola é conhecida, principalmente, por ser um país rico em recursos naturais (especialmente petróleo), tem-se registado como um dos primeiros destinos dos investimentos Portugueses, aquando o início do seu processo de internacionalização;
- Cabo Verde, claramente, representa o mais pequeno, tanto a nível territorial, como populacional. É um país que tem como ponto forte a sua localização geográfica privilegiada, une as rotas comerciais de Europa e África com o continente Americano. Ao contrário da grande parte dos países Africanos, em termos políticos, económicos e sociais, Cabo Verde é estável. Talvez por estes motivos, faça com que Portugal tenha delegações diplomáticas nas cidades mais importantes do país. Composto, também, por uma Cooperação Portuguesa e um Centro Cultural Português;
- Fazer uma pequena referência ao facto de que, tanto Angola, como Moçambique, não possuem Secção Consular na Embaixada. Também este último país, tal como Cabo Verde, beneficia de uma localização geoestratégica;
- Para terminar, devido do facto de, desde à muitos anos, exportações e investimentos Portugueses terem como destino África, as delegações da AICEP fazem-se representar nos países com maior relevo para benefício direto das empresas nacionais.

Referimo-nos agora ao continente Asiático, onde desagrupamos estes países:

Tabela 15- Identificação dos Países com mais Representações Externas Portuguesas no Continente Asiático

Países	Representações Diplomáticas Portuguesas			
	Embaixada	Secção Consular da Embaixada	Consulados Gerais e Honorários e Vice-Consulados	Delegações AICEP
China	Pequim	Pequim	Macau, Hong Kong e Xangai	Pequim, Macau e Xangai
Índia	Nova Deli	Nova Deli	Bombaim, Calcutá e Goa	Nova Deli
Japão	Tóquio	Tóquio	Kobe, Kyoto, Nagasaki, Osaka, Tokushima e Nagoya	Tóquio

Fonte: MNE; adaptação própria.

Nesta tabela está retratada parte da representação externa Portuguesa no maior continente do mundo, o Asiático. Em que queremos salientar o seguinte:

- China e Índia são países são geograficamente bastante extensos e semelhantes no número de representações de Portugal. O Japão apesar de ter mais Consulados, não possui nenhuma delegação da AICEP, o que pode fazer antever a “pouca preferência” do tecido empresarial Português numa economia que desde o fim de 2007 não tem crescido;
- Naturalmente, no que toca à importância para as empresas Portuguesas, a China destaca-se. E isso denota-se pela maior presença da AICEP. Para além de ser um país com um papel imperioso na realidade económica e financeira mundial, Macau abarca significativos investimentos provenientes do nosso país, onde as relações culturais são um factor essencial;
- Como foi referido anteriormente, nos casos de Angola e Cabo Verde, a Índia também possui um Centro Cultural Português, em Chanakyapuri. É um país cuja aposta Portuguesa é cada vez maior pois é considerada uma das mais importantes economias emergentes da Ásia;
- Para findar os reparos a esta tabela.

Por fim, mencionar o único país que se destaca na Oceânia:

Tabela 16- Identificação dos Países com mais Representações Externas Portuguesas na Oceânia

Países	Representações Diplomáticas Portuguesas		
	Embaixada	Secção Consular da Embaixada	Consulados Gerais e Honorários e Vice-Consulados
Austrália	Camberra	Camberra	Adelaide, Sydney, Brisbane, Darwin, Melbourne e Perth

Fonte: MNE; adaptação própria.

Oceânia é o continente que menos destaque prestamos. Somente aludimos à Austrália. Vale a pena mencionar que, em termos de ambiente negócios, está muito bem posicionada em diversos *rankings* internacionais. Por exemplo, ocupa a 10ª posição no *Doing Business 2015 Rank*, que avalia a facilidade de negócios do país, ou, ainda, a 22ª posição no *Global Competitiveness Index 2014/1015*, que traduz a sua competitividade. Como podemos observar na tabela, não existem escritórios da AICEP, é um país com o qual Portugal não mantém relações comerciais muito ativas, apesar das exportações de bens e serviços estarem a aumentar desde 2009. Contudo, em termos unicamente diplomáticos, Portugal está bem representado com 6 consulados, uma embaixada e respectiva secção consular. Acrescentar uma pequena curiosidade, em relação aos Consulados honorários de Melbourne e de Perth, são dependentes do Consulado geral de Portugal em Sidney.

Apesar de não ter sido posto em qualquer tabela, devido à pouca importância para a rede externa Portuguesa, queremos destacar que há países que não têm Embaixadas de Portugal e apenas Consulados. Ora vejamos alguns exemplos. No Continente Americano temos o Belize (Embaixador na Cidade do México, México), na Europa a Albânia (Embaixador em Roma, Itália), em África a República do Benim (Embaixador em Abuja, Nigéria), no continente Asiático o Bahrein (Embaixador em Riade, Arábia Saudita) e, por último, na Oceânia as Ilhas Fidji (Embaixador em Camberra, Austrália). Acrescentar que apesar de estes países serem, na sua grande maioria, de pequena dimensão geográfica⁴⁵, económica, política e social, assumem um número ainda relevante na quantidade de países em que Portugal se faz representar oficialmente. Ou seja, o que se quer concluir é que, regra geral, quanto maior for a importância internacional do país, mais representações externas Portuguesas haverá.

⁴⁵ Sobretudo países Africanos e Asiáticos que, devido à sua dimensão territorial, tornam-se, naturalmente, uma exceção a esta característica.

Em suma, salientar o facto de que os países mencionamos nas **Tabelas 12, 13, 14, 15 e 16**, terem, indiscutivelmente, o maior número de representações diplomáticas Portuguesas. Porém, veremos no capítulo seguinte que, independentemente do grande número de Embaixadas, Consulados ou delegações da AICEP, não são estes países com quem Portugal tem um maior fluxo de comercio externo.

2.3. Acordos Bilaterais

Por fim, fazemos uma pequena abordagem a acordos bilaterais relevantes, do ponto de vista económico, de que Portugal dispõe atualmente.

O facto de o nosso país manter relações bilaterais com quase 200 países, faz com que haja a necessidade de se acordarem regras claras acerca da comercialização e transação de bens e serviços entre países. Segundo a AICEP, “o conhecimento dos acordos bilaterais celebrados por Portugal constitui um instrumento de apoio vital à decisão, quer na implementação de novos negócios, quer para o desenvolvimento dos já existentes”.

Ter em consideração uma pequena nota. Portugal ao pertencer à União Europeia, está condicionado a determinadas regras comunitários, concretamente a acordos pré e pós-comunitários celebrados entre estados-membros e entre estes e terceiros. A rede de relações bilaterais a que nos vamos referir, é permitida a qualquer nação integrante deste bloco regional.

Na impossibilidade de enumerar todos os tratados em que Portugal está envolvido, destacamos os países com o maior número de acordos celebrados:

Tabela 17- Países com mais Acordos Bilaterais celebrados com Portugal

Acordos Bilaterais		
Países	Número de Acordos	Exemplos de Acordos
Angola	6	Proteção e promoção recíproca de investimentos
Brasil	9	Facilitação de circulação de pessoas
Cabo-Verde	6	Cooperação no domínio da indústria e energia
Marrocos	8	Evitar a dupla tributação em matéria de impostos sobre o rendimento
Moçambique	8	Cooperação no domínio do turismo
São Tomé e Príncipe	6	Convecção sobre segurança social
Tunísia	7	Cooperação no domínio dos transportes marítimos
Turquia	6	Cooperação económica, industrial e técnica
Ucrânia	6	Acordo sobre transportes internacionais rodoviários de passageiros e mercadorias
Venezuela	7	Acordo sanitário e fitossanitário para o comércio de produtos e subprodutos agroalimentares

Fonte: AICEP e MNE; adaptação própria.

Em último, destacamos duas curiosidades que não estão presentes na **Tabela 17**:

- Neste 19º Governo Constitucional, já foram celebrados cerca de 39 acordos bilaterais. Dos quais, só 6 pertencem aos países referidos na tabela em cima;
- A década de 2000 a 2010, representa o período em que Portugal assinou mais acordos.

3. Comércio Português

3.1. Evolução do Comércio Bilateral

3.1.1. Análise das Exportações

Começamos a abordagem a este tema detalhando dados estatísticos referentes ao ano passado, disponibilizados pelo Banco de Portugal⁴⁶. Em que, as exportações de bens e serviços alcançaram os 70,2 mil milhões de euros. Obteve-se um crescimento de 2,5% em relação a 2013. E o saldo comercial quase atingiu os 2 mil milhões de euros positivos, que se traduz em 0,7% do PIB. Destes valores apresentados, em termos geo-económicos, Portugal exporta para os países da UE 69% do total e para os restantes países cerca de 31% do total. Naturalmente, a Espanha foi o principal país para onde vendemos bens e serviços, com uma contribuição de 19,7% do total das exportações, seguida de França (com 12,2% do total), Alemanha (10,8%), Reino Unido (8,7%), Angola (6,7%) e, por último, EUA (4,5%). Especificando um pouco mais e, na elaboração de um *top ten* dos maiores compradores de bens e serviços de Portugal, somente Angola e Brasil tiveram uma descida de 0,4% e de 8,3%, respectivamente, de 2013 para 2014. Por fim, ainda referente ao ano de 2014, as exportações por produtos assumiram a seguinte ordem: 1- viagens e turismo (com 14,8% do total), 2- máquinas e aparelhos (9,9%), 3- transportes (8%), 4- veículos e outro material de transporte (7,5%), etc.

Para termos uma maior e real noção da evolução das exportações portuguesas, alargamos o período temporal na **Tabela 17**⁴⁷:

⁴⁶ Os gráficos que suportam estes valores encontram-se em anexo.

⁴⁷ Tendo em consideração que fizemos uma introdução onde, claramente, privilegiamos a análise dos dados económicos referentes a 2014, na Tabela 17 não constam referências a este ano.

Tabela 18- Evolução e Caracterização das Exportações de Bens e Serviços de Portugal desde 2009 a 2013

Anos	2009	2010	2011	2012	2013
Exportações	47 588	54 139	61 595	64 260	68 516
Saldo Comercial	-11 839	-12 804	-6 487	-185	2 953
Percentagem do PIB	-6,70%	-7,10%	-4,30%	0,70%	1%
Países da UE	1- Espanha; 2- França; 3- Alemanha; 4- Reino Unido.	1- Espanha; 2- França; 3- Alemanha; 4- Reino Unido.	1- Espanha; 2- França; 3- Alemanha; 4- Reino Unido.	1- Espanha; 2- França; 3- Alemanha; 4- Reino Unido.	1- Espanha; 2- França; 3- Alemanha; 4- Reino Unido.
Países Extra UE	1- Angola; 2- EUA; 3- Brasil; e 4- Marrocos.	1- Angola; 2- EUA; 3- Brasil; e 4- Marrocos.	1- Angola; 2- EUA; 3- Brasil; e 4- China.	1- Angola; 2- EUA; 3- Brasil; e 4- China.	1- Angola; 2- EUA; 3- Brasil; e 4- China
Principais produtos exportados	1- produtos têxteis, vestuário e de couro; 2- equipamento de transporte; e 3- serviços de transporte e armazenagem.	1- equipamento de transporte; 2- produtos têxteis, vestuário e de couro; e 3- serviços de transporte e armazenagem.	1- equipamento de transporte; 2- produtos têxteis, vestuário e de couro; e 3- serviços de transporte e armazenagem.	1- equipamento de transporte; 2- produtos têxteis, vestuário e de couro; e 3- serviços de transporte e armazenagem.	1- máquinas e aparelhos; 2- veículos e outro material de transporte; e 3- combustíveis minerais.

Fonte: INE, PORDATA, AICEP e GEE; Unidade: milhões de euros; adaptação própria.

Em linhas gerais, nesta tabela, observamos que:

- Desde 2009, verifica-se um aumento significativo de bens e serviços vendidos ao exterior. O que, em parte, traduz a existência de um saldo comercial positivo em 2013 e 2014;
- O ano de 2012 é importante, pois marca o início em que a percentagem do PIB do saldo comercial volta a ser positiva, cerca de 0,7%, correspondentes a 2.953 milhões de €;
- Em 2013, a percentagem do total de exportações para países da UE foi de 68,2%. Naturalmente, os restantes 31,8% dizem respeito a países extra UE. Traduzindo estas percentagens em valores absolutos, para os primeiros, as exportações atingiram o valor de 46.703 mil milhões de € e, para os segundos, 21.813 mil milhões de €;
- Quanto aos países a quem mais vendemos, no período temporal aqui exposto, não tem sofrido qualquer alteração;

- Por último, em relação aos produtos, também se mantêm praticamente os mesmos. Realçar que, devido à informação ter sido retirada de fontes diferentes (PORDATA e AICEP), os produtos têm terminologias diferentes.

3.1.2. Análise das Importações

Naturalmente, por a temática desta tese ter que ver com a diplomacia económica e internacionalização da economia Portuguesa, é dada uma menor ênfase às importações, comparativamente às exportações.

No entanto, apresentamos os seguintes dados:

Tabela 19- Evolução e Caracterização das Importações de Bens e Serviços de Portugal desde 2009 a 2014

Anos	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Importações	59 427	66 943	68 083	64 445	65 563	68 222
Saldo Comercial	-11 839	-12 804	-6 487	-185	2 953	1 982
Percentagem do PIB	-6,70%	-7,60%	-4,30%	0,70%	1%	0,70%
Países da UE	1- Espanha; 2- Alemanha; 3- França; e 4- Itália.	1- Espanha; 2- Alemanha; 3- França; e 4- Itália.	1- Espanha; 2- Alemanha; 3- França; e 4- Itália.	1- Espanha; 2- Alemanha; 3- França; e 4- Itália	1- Espanha; 2- Alemanha; 3- França; e 4- Países Baixos	1- Espanha; 2- Alemanha; 3- França; e 4- Países Baixos
Países Extra UE	1- EUA; 2- Brasil; 3- China; e 4- Argélia.	1- China; 2- EUA; 3- Brasil; e 4- Angola.	1- Brasil; 2- EUA; 3- China; e 4- Angola.	1- Angola; 2- Brasil; 3- EUA; e 4- China	1- Angola; 2- EUA; 3- China; e 4- Brasil	1- Angola; 2- EUA; 3- China; e 4- Brasil
Principais produtos importados	1- Equipamento de transporte; 2- produtos alimentares, bebidas e indústria do tabaco; 3- minérios e outros produtos das indústrias extrativas; 4- produtos químicos; e 5- equipamentos informáticos e produtos electrónicos e ópticos.	1- Equipamento de transporte; 2- minérios e outros produtos das indústrias extrativas; 3- produtos alimentares, bebidas e indústria do tabaco; 4- produtos químicos; e 5- metais de base e produtos metálicos.	1- Minérios e outros produtos das indústrias extrativas; 2- equipamento de transporte; 3- produtos alimentares, bebidas e indústria do tabaco; 4- produtos químicos; 5- metais de base e produtos metálicos.	1- Minérios e outros produtos de indústrias extrativas; 2- produtos alimentares, bebidas e indústria do tabaco; 3- produtos químicos; 4- equipamento de transporte; 5- metais de base e produtos metálicos.	1- Combustíveis minerais; 2- máquinas e aparelhos; 3- agrícolas; 4- químicos; e 5- veículos outro material de transporte.	1- Combustíveis minerais; 2- máquinas e aparelhos; 3- veículos e outro material de transporte; 4- agrícolas; e 5- químicos.

Fonte: INE, PORDATA, AICEP e GEE; Unidade: milhões de euros; adaptação própria.

Desta feita, destacamos o seguinte:

- A primeira observação que nos apraz referir tem que ver com o aumento das importações. Em 2014, Portugal comprou ao exterior bens e serviços no valor de 68.222 milhões de €. Só de 2011 para 2012 conseguimos reduzir, em cerca de 3.638 milhões de €, a dependência dos produtos provenientes do estrangeiro.
- Mais uma vez, constatamos que a Espanha é o nosso melhor parceiro comercial. Dizemos mais uma vez, pois é o comprador e o vendedor com mais peso para Portugal. As importações, no ano passado, registaram 19.061,3 milhões de €.

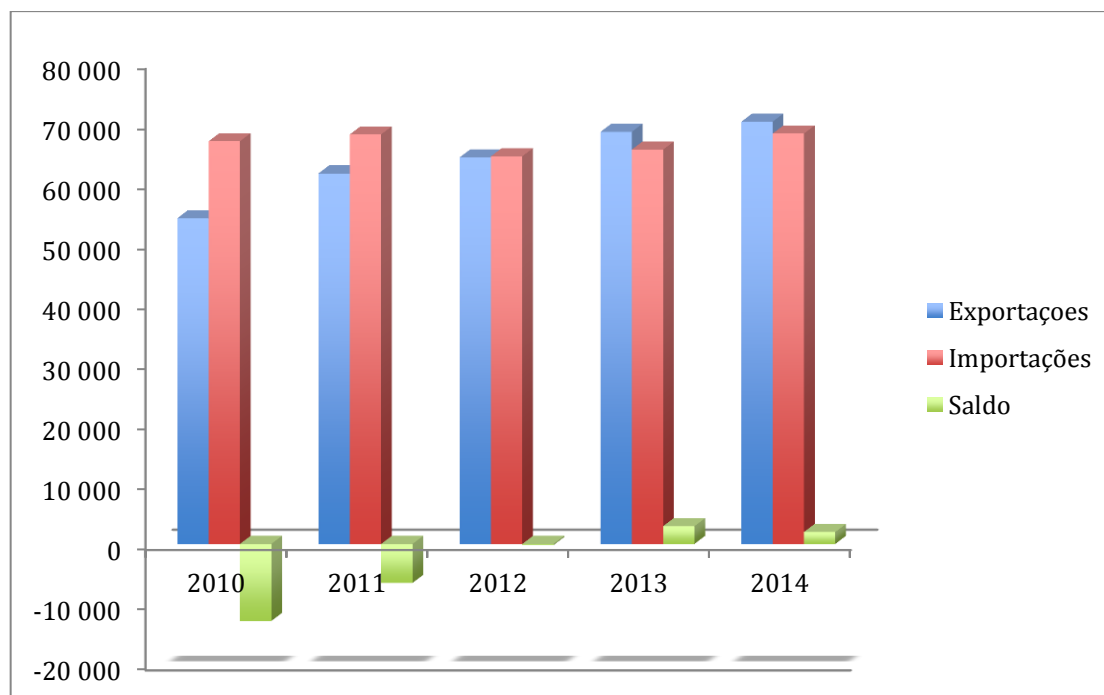
- O país que mais se destaca no conjunto Extra UE é Angola. Teve um crescimento gradual, atingindo o 1º posto do país que mais compra a Portugal a partir de 2012, com importações na ordem dos 1.780,9 milhões de €. Desde então este registo tem-se mantido constante;
- Tal como a tabela elaborada em cima, referente às exportações, os produtos mantêm-se os mesmos ao longo dos anos, alterando somente a ordem de cada um, em 2013 e 2014 a terminologia é um pouco diferente devido às fontes da informação (AICEP e PORDATA).

3.1.3. Balança Comercial

Neste ponto, fazemos uma abordagem somente à Balança Comercial Portuguesa de bens e serviços no período de 2010 a 2014.

Com um intuito informativo e figurativo, apresentamos:

Figura 10- Balança Comercial de Portugal de 2010 a 2014



Fonte: INE e AICEP; adaptação própria. Unidade: milhões de euros.

Neste gráfico, destacamos mais o facto de o saldo comercial se ter tornado positivo a partir de 2013, passando de menos 185 para 2.953 milhões de euros. Registou-se um crescimento bastante significativo e positivo nas contas do país em relação a 2012, em que apesar de as importações terem aumentado, denotou-se foi um grande aumento das exportações, cerca de 4.256 milhões de €. Em 2014, as importações tiveram um aumento superior às exportações, 2.659 e respectivamente, daí o saldo ter decrescido em relação a 2013.

Por fim, importa mencionar o trabalho desenvolvido pelo Governo Português desde 2010, saindo de uma realidade bastante negativa, 12.804 milhões de € abaixo do equilíbrio comercial, para os quase 2.000 milhões de euros positivos atuais.

3.2. Análise da Especialização Sectorial Portuguesa

3.2.1. Índice de Vantagem Comparativa Relevada

Baseado na Teoria das Vantagens Comparativas, de David Ricardo, este índice foi exposto pela primeira vez por Balassa (1965). O Índice de Vantagens Comparativas Relevadas (IVCR) “mede a intensidade da especialização do comércio internacional de um país relativamente a uma região ou ao mundo. É um indicador da estrutura relativa das exportações de um país/região ao longo do tempo e utiliza o peso de um dado sector para nas exportações mundiais para normalizar o peso das exportações desse mesmo sector para cada país/região” (GEE|GPEARI, 2010). Representa-se da seguinte forma:

$$IVCR_j = \frac{\frac{X_{ij}}{X_i}}{\frac{X_{wj}}{X_w}} \quad (1)$$

Assumindo que:

- i é o país em análise
- j representa um produto ou um sector de atividade;

- w pode representar um país ou uma área geográfica (por exemplo: Europa, Ásia, África, Mundo, etc.);
- X_{ij} corresponde ao valor das exportações do produto/sector j do país i ;
- X_j refere-se ao valor total das exportações do país i ;
- X_{wj} corresponde ao valor das exportações de j para w ;
- X_w refere-se ao total das exportações de w .

E, em que:

- Se IVCR for maior do que 1, o país i detém vantagem comparativa revelada de j . Ou seja, o país é mais especializado na exportação de j do que w .
- Enquanto que, se IVCR for menor que 1, então há uma menor concentração das exportações de j no país i do que w . Aqui, logicamente, o país detém desvantagem comparativa revelada na exportação de j , é menos especializado.

Tendo em consideração que os últimos relatórios disponíveis na *UN Comtrade Database* referem-se a 2012, baseamo-nos no estudo disponibilizado pelo GEE|GPEARI de 2010, que compara o IVCR dos produtos Portugueses exportados nos anos de 2000, 2005 e 2007. Mencionar que os dados utilizados são da *International Trade by Commodity Statistics*, através da base de dados já referida⁴⁸. No seguinte quadro, destacamos alguns resultados obtidos pela referida investigação:

⁴⁸ Onde o calculo do denominador, da formula representada em cima, só tem em consideração os países que compõem as Nações Unidas.

Tabela 20- Índice de Vantagem Comparativa Revelada dos Produtos Portuguesas Exportados em 2000, 2005 e 2007

Posição do IVCR dos Produtos em 2007	Produtos	IVCR		
		2000	2005	2007
1	Cortiça e suas obras	148,02	155,29	149,05
2	Produtos cerâmicos	5,26	6,00	5,67
3	Calçado, polainas e artefactos semelhantes, e suas partes	8,16	6,44	5,52
4	Outros artefactos têxteis confeccionados; sortidos; artefactos de matérias têxteis, calçado, chapéus e artefactos de uso semelhante, usados; trapos	11,84	6,22	5,00
5	Tabaco e seus sucedâneos manufacturados	0,60	3,03	4,27
...
50	Ferro fundido, ferro e aço	0,68	0,79	0,87
51	Produtos químicos e orgânicos	0,62	0,67	0,68
52	Produtos farmacêuticos	0,56	0,40	0,39

Fonte: GEE|GPEARI, INE e COMTRADE;

Adaptação própria.

Dos 46 produtos que o estudo faz referenciar, evidenciamos somente os 5 com maior IVCR e os 3 com menor. Ainda em relação a estes, estão desagregados segundo uma nomenclatura combinada a 2 dígitos.

Assim, quanto aos resultados, destacamos:

- A diferença de valores abismal entre a cortiça e os restantes produtos. E, ainda, o facto de estes resultados manterem-se bastante elevados ao longo dos 7 anos. É claramente perceptível que Portugal tem maior vantagem comparativa na exportação destes bens;
- No período referido, produtos como calçado, outros artefactos têxteis confeccionados e produtos farmacêuticos registaram descidas nos seus valores. Enquanto que tabaco, ferro e produtos químicos obtiveram uma evolução positiva nos seus índices. Destes bens por nós evidenciados, os maiores decréscimos pertencem: aos outros artefactos têxteis confeccionados, de 6,84, e ao calçado, de 2,64. E o maior crescimento é do tabaco, de 3,67. Por fim, a cortiça e os produtos cerâmicos mantiveram um comportamento mais estável em relação aos outros;

- Referir ainda que, principalmente, o ferro e os produtos químicos e farmacêuticos registam índices com valores bastante baixos.

Por último, ainda no mesmo estudo, vale a pena abordarmos um pormenor bastante interessante. Que prende-se com o facto de os produtos, em que Portugal obteve maior IVCR, não serem os que mais contribuíram para o aumento das exportações no período em causa. Veja-se:

Tabela 21- Contribuição dos Produtos Exportados, entre 2000 e 2008, analisados segundo o Índice de Vantagem Comparativa Revelada de 2007

Posição para o contributo das Exportações de 2000-2008	Produtos	Dados			
		IVCR em 2007	Posição do IVCR dos Produtos em 2007	Peso nas Exportações Portuguesas em 2008 (em %)	Contributo para o crescimento das Exportações de 2000-2008 (em %)
1	Combustíveis minerais, óleos minerais e produtos da sua destilação; matérias betuminosas; ceras minerais	0,38	49	5,8%	13,5%
2	Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos e suas partes	0,54	48	7,7%	12,2%
3	Plástico e suas obras	1,16	37	4,2%	8,2%
4	Veículos automóveis, tratores, ciclos e outros veículos terrestres, suas partes e acessórios	1,32	33	11,3%	6,5%
5	Ferro fundido, erro e aço	0,87	50	2,7%	5,7%
...
50	Vestuário e seus acessórios de malha	3,56	7	4,3%	-2,3%
51	Outros artefactos têxteis confeccionados; sortidos; artefactos de matérias têxteis, calçado, chapéus e artefactos de uso semelhante, usados; trapos	5,00	4	1,4%	-2,8%
52	Vestuário e seus acessórios, excepto de malha	1,72	22	2,1%	3,3%

Fonte: GEE|GPEARI, INE e COMTRADE;

Adaptação própria.

Através deste 2º quadro é perceptível o que acabamos de dizer, em que, por exemplo, os produtos que obtiveram melhores resultados no IVCR, como é o caso dos outros artefactos têxteis confeccionados (4º posição), o vestuário e acessórios de malha (7º lugar) ou o vestuário sem acessórios de malha (22º posição), têm todos um contributo

negativo para o crescimento das exportações Portuguesas no período compreendido entre 2000 e 2008. De resto, o produto com maior contributo são os combustíveis minerais e somente alcançaram um IVCR de 0,38 (que se traduz num baixo nível de especialização), equivalente à posição 49ª. E veja-se que, somente o 3º produto com maior contributo para as exportações, os plásticos, é o 1º a obter um valor superior a 1 no IVCR, ou seja, Portugal deter vantagem comparativa revelada na produção de “plásticos e suas obras”.

3.2.2. Indicador Discreto de Concentração

Primeiramente dizer que as medidas mencionadas nos subcapítulos 3.3.2. e 3.3.3., são indicadores de concentração horizontal. E, por esse motivo, os dados aqui usados e analisados exigem algum cuidado visto que “ao utilizar-se informação ao nível da empresa, não é possível assegurar uma correspondência direta entre atividades e mercados de bens e serviços, na medida em que uma única unidade empresarial pode intervir em diversos mercados” (INE, 2011). Outra limitação desta análise ao nível de concentração, prende-se com a parca informação disponível acerca da atividade dos grupos económicos, prejudicando o maior rigor na avaliação realizada.

Para abordarmos o Índice Discreto de Concentração, suportamo-nos no estudo do INE (2014).

O Indicador corresponde à quota de mercado que as maiores empresas detêm no mercado. E representa-se da seguinte forma:

$$\sum_{i=1}^m (P_i), \text{ onde } i = 1, 2, \dots, m \quad (2)$$

Em que:

- P é o peso de cada empresa no total do agregado;
- m são as maiores empresas.

Este estudo é aplicado a 3 conjuntos de empresas: 10, 50 e 100 maiores empresas. Tem em conta 2 pontos: as sociedades com maior percentagem de pessoal ao serviço e de volume de negócios. Assim, temos os valores alcançados no estudo:

Tabela 22- Concentração Sectorial das 10, 50 e 100 maiores Sociedades Portuguesas em 2013

Sector de Atividade	Indicador Discreto			Sector de Atividade	Indicador Discreto		
	m=10	m=50	m=100		m=10	m=50	m=100
	Pessoal ao Serviço				Volume de Negócios		
Informação e comunicação	20,9	39,9	50,5	Informação e comunicação	52,5	70	78
Transportes e armazenagem	21,9	37,2	44,4	Transportes e armazenagem	31	47,3	57,5
Outros serviços	10,4	27	37,2	Indústria e energia	26,5	39,7	46,8
Comércio	12,9	19,1	22,1	Comércio	16,7	28,5	34,5
Alojamento e restauração	9,4	16,3	20,4	Construção e atividades imobiliárias	14,7	28,5	35,3
Agricultura e pescas	5,5	14,8	20,5	Agricultura e pescas	10,5	27,6	35,7
Construção e atividades imobiliárias	7,9	13,9	17,5	Outros serviços	9,9	24	33,8
Indústria e energia	3,2	9,3	13,6	Alojamento e restauração	10,3	21,1	27

Fonte: INE e SCIE; adaptação própria.

Dos resultados deste estudo, observamos que:

- Começando esta análise pelo pessoal ao serviço, referimo-nos, necessariamente, em primeiro lugar à informação e comunicação, que é a atividade que atinge maior percentagem de concentração sectorial nas 50 e nas 100 maiores sociedades, com 39,9% e 50,5% respectivamente;
- No lugar oposto, a indústria e energia apresentam os níveis mais baixos de concentração sectorial, em que nas 10, 50 e 100 maiores sociedades, empregam somente 3,2%, 9,3% e 13,6%, respectivamente, do pessoal ao serviço do sector;
- Em relação ao volume de negócios, é clara a distinção da informação e comunicação para os restantes sectores de atividade. Obtendo sempre valores bastante elevados, onde a diferença mínima é de 21,5% no segmento das 10 maiores empresas;
- Relativamente ao pior sector de atividade, é o alojamento e restauração. Apesar de deter níveis de concentração bastante próximos do sector “outros serviços”, alcança o seguinte registo para as 10, 50 e 100 maiores sociedades: 10,3%, 21,1% e 27%, respectivamente.
- Por último, fazer uma breve comparação entre o pessoal ao serviço e o volume de negócios. E, podemos observar que, em ambos, as atividades com melhores

percentagens de concentração sectorial são a informação e comunicação e os transportes e armazenagem, respectivamente em 1º e 2º. Outro sector de atividade que merece destaque é a industria e energia, que ocupa o último lugar no pessoal ao serviço e é o 3º sector com maior índice de concentração em volume de negócios.

3.2.3. Índice de Herfindahl-Hirschman

O Índice de *Herfindahl-Hirschman* (HHI) representa a medida ou indicador de concentração, provavelmente, mais utilizado na esfera internacional. Apresenta como principal pressuposto o facto de o poder de mercado estar diretamente relacionado com o nível de concentração desse mesmo mercado. Mais concretamente, é uma medida que “avalia” a dimensão das empresas em relação ao sector onde estão inseridas.

Segundo a OCDE (2006), define-se da seguinte forma:

$$\text{HHI} = \sum_{i=1}^n \left[\frac{100 * X_i}{\sum_{j=1}^n X_j} \right]^2 \quad (3)$$

Ou ainda:

$$\text{HHI} = \sum_{i=1}^n s_i^2, \text{ onde } s_i = 1, \dots, n \quad (4)$$

Em que:

- X_i considera-se “uma medida apropriada para a dimensão da empresa” Sarmiento e Nunes (2011);
- i é a empresa;
- s_i representa a quota de mercado de i ;
- $\sum_{i=1}^n s_i^2$ é a soma dos quadrados de s_i ;
- n retrata o número de empresas existentes no mercado.

Quando à sua classificação:

- Pode variar entre 0 e 10.000, onde valores perto de 0 traduzem um grau de elevada concorrência no mercado, enquanto que, valores próximos de 10.000, indicam que estamos perante um mercado monopolista. De acordo com Sarmiento e Nunes (2011), que se baseiam no *Mergers Guidelines*, habitualmente encontramos esta caracterização:
 - $HHI < 1.000$: mercado não concentrado;
 - $1.000 < HHI < 1.800$: mercado moderadamente concentrado;
 - $HHI > 1.800$: mercado altamente concentrado.

Em relação à parte mais prática, baseamo-nos novamente no estudo feito pelo INE (2014), acerca da concentração dos sectores de atividade Portugueses em termos de volume de negócios, em 2013, onde foi aplicado o Índice de *Herfindahl-Hirschman*. Referir que nesta análise, para além das classificações do HHI (em cima referidas), há uma incidência especial para a condição: $HHI < 100$, que nos indica que o mercado é altamente concorrencial.

Assim, apresentamos a concentração das atividades no seguinte quadro:

Tabela 23- Concentração de Atividades segundo o Índice de *Herfindahl-Hirschman* em 2013

HHI	Concentração de Volume de Negócios	Sectores de Atividade
HHI > 1 800	9 951	Fabricação de coque e produtos petrolíferos refinados
	9 276	Prestação de serviços relacionados com as indústrias extrativas
	6 979	Apoio social sem alojamento
	5 914	Extração e preparação de minérios metálicos
	4 252	Transportes aéreos
	3 527	Indústria do tabaco
1 000 < HHI < 1 800	1 974	Rádio e televisão
	1 831	Lotarias e outros jogos de aposta
	1 740	Descontaminação e atividades similares
HHI < 100	42	Alojamento
	40	Indústria do vestuário
	33	Atividades especializadas de construção
	30	Agricultura, produção animal e caça
	30	Restauração e similares

Fonte: INE e SCIE;
Adaptação própria.

Acerca deste quadro, observamos que:

- Claramente, a fabricação de coque e produtos petrolíferos refinados e a prestação de serviços relacionados com as indústrias extrativas, são os 2 sectores que mais se destacam, ou seja, estamos perante um mercado altamente concentrado. Estas atividades obtiveram, respectivamente, 9 951 e 9276. Estes valores traduzem-se, em termos práticos, a uma realidade extremamente próxima de monopólio;
- E, em posição completamente oposta, destacam-se a agricultura, produção animal e caça e a restauração e similares, enquadrando-se num mercado bastante concorrencial. Ambos registaram um HHI de 30.

3.3. Influência da Diplomacia Económica na Internacionalização da Economia Portuguesa

Neste capítulo o nosso objectivo é mostrar, mais uma vez, a existência de uma contribuição clara, direta e positiva da diplomacia económica na internacionalização da economia portuguesa. Rui Machete, em AICEP (2013), dizia que “As empresas têm ao seu lado, e em todas as fases do seu processo de internacionalização, um apoio claro e inequívoco do Estado Português. (...) Existe hoje uma ação articulada de toda a rede externa de Portugal – diplomática e consular, comercial e turística – que está orientada e focada na agenda nacional de internacionalização da nossa economia”.

Mas desta feita, o parecer será sustentado com base nas análises já realizadas atrás à rede externa portuguesa, através do que foi dito sobre as funções da diplomacia económica e dos números alcançados no comércio bilateral de bens e serviços desde 2010.

Uma questão muito importante prende-se com o facto de que cientificamente não possamos dizer que o comércio bilateral neste período teve variações somente devido à diplomacia económica portuguesa, mas podemos afirmar que a nossa rede externa teve com certeza um grande contributo na evolução positiva da balança comercial Portuguesa.

Neste sentido, em primeiro plano, vamos começar por abordar os países onde a AICEP reforçou a sua presença em 2014, comparando os dados de 12 países na **Tabela 24**⁴⁹, a saber: Cazaquistão, Coreia do Sul, Equador, Gana, Guiné-Bissau, Guiné-Equatorial, Nigéria, São Tomé e Príncipe, Senegal, Finlândia, Noruega e Timor-Leste.

⁴⁹ Dada, ainda, a menor relevância destes países para Portugal, os dados fornecidos por INE e AICEP não são muito detalhados nas exportações e importações de serviços, daí termos separado a análise de bens e serviços e, nestes últimos, termos apresentado dados mais generalizados.

Tabela 24- Análise da variação do Comércio Bilateral entre Portugal e os Países com novas Delegações da AICEP

Países	Comércio Bilateral de Bens e Serviços de Portugal													
	Bens								Serviços					
	Exportações				Importações				Exportações			Importações		
	2010	2014	2014 (Janeiro- Abril)	2015 (Janeiro- Abril)	2010	2014	2014 (Janeiro- Abril)	2015 (Janeiro- Abril)	2010	2013	2014	2010	2013	2014
Cazaquistão	0,001629	0,004665	0,001330	0,002094	0,640251	0,814296	0,197108	0,205640	0	0	0	0	0	0
Coreia do Sul⁵⁰	47,1	65,5	26,4	38,1	247,2	277,5	135,2	123,4	22,4	36,5	14,8	43,6	45,4	47,3
Equador⁵¹	0,007658	0,016792	0,003184	0,004667	0,021906	0,014399	0,001847	0,002512	0	0	0	0	0	0
Gana	0,008512	0,023902	0,009919	0,006916	0,006709	0,129003	0,002498	0,095764	0	0	0	0	0	0
Guiné-Bissau	42,8	65,1	22,3	24,9	0,4	0,2	0,1	0,0	7,8	7,4	3,9	3,0	4,4	5,4
Guiné-Equatorial⁵⁰	30,2	54,8	23,9	16,5	178,3	211,6	98,1	69,6	1,8	13,0	29,9	21,4	16,9	13,8
Nigéria⁵²	45,0	38,5	5,0	7,5	1 377,4	541,7	1,4	1,1	43,9	143,0	72,5	119,8	57,1	42,6
São Tomé e Príncipe	42,6	56,6	17,7	17,2	0,3	0,1	0,0	0,0	10,6	9,1	16,5	3,1	7,4	13,3
Senegal⁵³	54,7	40,7	23,1	20,5	11,9	21,7	13,6	11,6	0	0	0	0	0	0
Finlândia⁵²	243,9	236,7	25,2	28,5	157,8	155,4	26,8	24,1	194,9	177,0	143,5	16,4	14,1	21,5
Noruega⁵³	82,4	148,2	62,0	104,2	529,4	57,8	27,8	21,5	148,1	205,4	170,7	49,5	26,3	25,5
Timor-Leste⁵⁰	6,7	7,0	2,6	1,4	1,1	0,9	0,3	1,1	6,2	7,0	10,1	10,2	3,3	3,5

Fonte: INE e AICEP; Unidade: milhões de euros; adaptação própria.

⁵⁰ Os dados mais atualizados disponíveis para estes países, nas colunas de 2014 e 2015, referem-se ao período de Janeiro-Maio e não ao referido genericamente na Tabela.

⁵¹ Os dados destes países correspondem ao período entre Janeiro-Março

⁵² Os dados destes países dizem respeito ao período entre Janeiro-Fevereiro

⁵³ Os dados destes países pertencem ao período compreendido entre Janeiro-Junho

Assim, observamos que:

- Como já referimos, a AICEP está representada nestes países desde Novembro do ano passado, e desde aí já muito trabalho tem sido feito. Veja-se que, em relação aos bens, se comprarmos as exportações realizadas entre janeiro e abril deste ano com as do período homólogo do ano passado, Portugal aumentou a venda de bens para mais do dobro dos países descritos na tabela, com exceção de Gana, Guiné-Equatorial, São Tomé e Príncipe, Senegal e Timor-Leste. E este êxito pode, também, ser explicado pela expansão que esta agência teve. Nas importações, já não se assiste ao mesmo fenómeno das exportações, visto que em quase todos os países, usando o mesmo período, denota-se uma diminuição das compras Portuguesas, exceção feita para Timor-Leste e Cazaquistão registaram melhorias.
- Duma maneira geral, o comércio de Portugal com estes países tem vindo a crescer desde 2010, com particular destaque para a Noruega. Ora, desde 2010 até 2014 exportamos mais 65,8 milhões de euros de bens e importamos menos 471,6 milhões, ou seja para a saúde da nossa economia estes resultados são excelentes pois a balança comercial fica com um saldo largamente positivo. Nos serviços, apesar de ter registado uma queda nas exportações de 2013 para 2014, alargando o foco temporal, de a 2010 a 2014 aumentaram 22,6 milhões de euros. Enquanto que as importações, no mesmo período, aumentaram 5,1 milhões. Claramente, temos um saldo bem mais positivo em relação aos bens, em que cada vez exportamos mais e importamos menos;
- Em relação aos serviços, é notório que não transacionamos muito com estes países, e prova disso é que, até o ano passado, desde 2010 não houve qualquer tipo de fluxo com 4 países dos mencionados. Em sentido completamente oposto, destacam-se Coreia do Sul, Nigéria Finlândia e Noruega. Nestas 2 últimas nações, as exportações revelam números bastante consideráveis comparativamente aos restantes, obtendo nos 3 anos disponíveis sempre valores superiores a 140 milhões de euros;
- Para ser ter uma ideia, no que diz respeito somente aos postos diplomáticos de 2015, só Equador e Gana não têm qualquer tipo de representação. Os restantes têm todos, pelo menos, uma Embaixada.

- Por último, para que se tenha noção como estes mercados ainda não estavam muito explorados por Portugal, por exemplo, em relação a acordos bilaterais, só Coreia do Sul, Guiné-Bissau, São Tomé e Príncipe e Noruega têm mais do que um acordo estabelecido e países como Nigéria, Gana, Equador e Cazaquistão não têm nenhum protocolo com o nosso país .

No seguimento deste raciocínio de análise, na **Tabela 25**⁵⁴, detalhamos os mesmos dados para os países para onde Portugal mais vende e de onde mais compra. Que são eles:

Tabela 25- Análise da variação do Comércio Bilateral entre Portugal e os principais Exportadores e Importadores

Países	Comércio Bilateral de Bens e Serviços de Portugal							
	Bens e Serviços							
	Exportações				Importações			
	2010	2014	2014 (Janeiro- Março)	2015 (Janeiro- Março)	2010	2014	2014 (Janeiro- Março)	2015 (Janeiro- Março)
Alemanha ⁵⁰	6 574,2	7 594,2	3 135,4	3 322,4	8 724,7	7 973,7	3 293,6	3 326,8
Angola ⁵⁵	2 755,7	4 682,8	1 038,0	878,0	691,6	1 798,6	555,0	242,0
Brasil ⁵⁵	1 302,7	1 689,3	503,0	486,0	1 403,1	1255,2	256,0	379,0
China	248,2	995,9	-	-	1 535,6	1 552,6	-	-
Espanha	12 718,3	13 822,4	3 291,0	3 622,0	20 348,2	21 030,6	4 999,0	5 192,0
EUA ⁵³	2 178,3	3 287,8	1 519,5	1 813,6	1 452,2	1 672,2	826,1	883,0
França	6 789,0	8 588,2	1 970,0	2 000,0	5 090,7	5 261,1	1 327,0	1 371,0
Países Baixos	2 193,2	2 817,2	662,0	656,0	3 353,2	3 371,2	821,0	839,0
Reino Unido	4 337,2	6 079,3	1 292,0	1 412,0	3 617,7	3 133,5	734,0	840,0

Fonte: INE, Banco de Portugal e AICEP; Unidade: milhões de euros; adaptação própria

Agora, destacamos que:

- Neste conjunto de países já estamos perante números expressivamente maiores. Comparando o comportamento do comércio bilateral nos primeiros meses de 2014 e 2015, dos países referidos, só Angola não está melhor este ano nas exportações de bens e serviços, todos os outros registaram mais

⁵⁴ Contrariamente ao sucedido na Tabela 24, INE, Banco de Portugal e AICEP, para este conjunto de países já disponibiliza informação mais pormenorizada no que diz respeito à exportação e importação de serviços e, nesse sentido, a Tabela 25 abrange dados mais detalhados.

⁵⁵ Os dados destes países correspondem ao período entre Janeiro-Abril.

compras ao nosso país. É com naturalidade que se realça a Espanha, que neste período, já adquire a Portugal mais 331 milhões de euros. E, nas importações, o comportamento é o mesmo, só o país Africano importou menos o ano passado que este ano, nos meses referidos na tabela;

- Referindo-nos ao período temporal entre 2010 e 2014, Portugal exporta mais para todos os países, desta feita sem exceções, e importamos, maioritariamente, mais também. Como já tínhamos mencionado atrás, claramente, o país com quem mantemos melhores relações comerciais é a Espanha, que como se pode ver nesta tabela, chega a ter pelo menos o dobro dos outros países nas importações e exportações bens e serviços. São diferenças assinaláveis;
- Por fim, mencionar o que já temos vindo a defender em pontos anteriores, prende-se com o facto de que as ações de diplomacia económica frequentes e com maior incidência em determinados mercados podem, sem dúvida, traduzirem-se numa mais valia para o aumento do comércio bilateral Português. Veja-se que estes países são os que mais representações Portuguesas têm e são, também, os com quem realizamos mais trocas comerciais.

4. Análise Empírica à Diplomacia Económica

4.1. Papel das Embaixadas e Consulados

Os desenvolvimentos mais sonantes nesta área são os de Rose (2007). Esta investigação, já demonstrava que a rede diplomática externa está diretamente associada e relacionada à intensidade do comércio internacional. Concluindo que o envolvimento de uma Embaixada ou Consulado na promoção das exportações pode levar a um aumento destas entre 6% a 10%. Yakop e Bergeijk (2009) também investigou o impacto da diplomacia económica na geografia do comércio internacional. Replicam a base do estudo de Rose (2007)⁵⁶, mas incluem 63 países exportadores e importadores (que constam no **Anexo I, Tabela B**) e dispõe de 3.730 fluxos de comércio bilateral em 2006, através de um modelo gravitacional que prova empiricamente que as representações diplomáticas, leia-se embaixadas e consulados, têm significado nas relações comerciais bilaterais e, conseqüentemente, no desenvolvimento do país visto que estimula as exportações. Outro ponto abordado neste artigo, mas que não será aprofundado, prende-se com a defesa da intervenção do estado na economia, por via da diplomacia económica, corrige falhas de mercado. Este estudo fornece uma visão mais ampla e profunda deste temática, colmatando estudos como: Rose (2007), Segura-Cayela e Vilarrubia (2008) e Afman e Maurel (2010), que só abordavam os maiores países da OCDE e os BRICS e, ainda, os estudos de Head e Ries (2006) e Nitsch (2007), que só cobrem países como EUA, Alemanha, França e Canadá.

Fazer uma referência prévia ao modelo gravitacional, que tem sido usado para descrever os fluxos do comércio internacional, que é composto, na sua forma simples⁵⁷, por duas variáveis explicativas: PIB do país de exportação e de importação e distância entre os dois. A sua formulação prende-se com as seguintes premissas: a) o fornecimento de bens depende positivamente em tamanho e em produção da capacidade do país de exportação, que é representado pelo seu PIB; b) a procura por estas exportações depende positivamente do mercado do país importador, que também

⁵⁶ Que analisou uma amostra com 22 países exportadores e 200 importadores no ano de 2002.

⁵⁷ A equação pode formular-se da seguinte maneira: $E_{ij} = Y_i^\alpha \cdot Y_j^\beta \cdot Y_{ij}^\gamma$.

é representado pelo seu PIB; e c) os custos e o tempo de transporte do exportador, correspondem aproximadamente à distância geográfica entre o país de exportação e importação, têm um impacto negativo sobre o comércio. Neste sentido, considerando que este estudo se baseia em Rose (2007), a equação estimada é a seguinte:

(5)

$$\begin{aligned} \ln(X_{ij}) = & \beta_0 + \beta_1 \cdot \ln D_{ij} + \beta_2 \cdot \ln(Y_i) + \beta_3 \cdot \ln(Y_j) + \beta_4 \cdot \ln(Pop_i) + \beta_5 \cdot \ln(Pop_j) + \\ & \beta_6 \cdot Lang_{ij} + \beta_7 \cdot Cont_{ij} + \beta_7 \cdot Landl_{ij} + \beta_8 \cdot Island_{ij} + \beta_9 \cdot \ln(Area_i \cdot Area_j) + \\ & \beta_{10} \cdot Col_{ij} + \beta_{11} \cdot CU_{ij} + \beta_{12} \cdot FTA_{ij} + \gamma \cdot EmbCon_{ij} + \varepsilon_{ij} \end{aligned}$$

Onde:

- i é o país exportador;
- j é o país importador;
- X_{ij} representa as exportações de i para j , em dólares, no ano de 2006;
- $EmbCon_{ij}$ refere-se ao número de embaixadas e consulados (missões oficiais no estrangeiro) que i tem em j ;
- D_{ij} é a distância entre i e j ;
- Y_k é o PIB per capita, em dólares, de 2006;
- Pop_k é a população média, em milhões de pessoas, em 2006;
- $Area_i$ é a área do país, em km^2 .

E, as variáveis *dummy* são:

- $Lang_{ij}$ é 1 se i e j têm uma língua em comum, é 0 caso não tenham;
- $Cont_{ij}$ é 1 se i e j partilham a mesma fronteira terrestre, é 0 caso contrário;
- Col_{ij} é 1 se i e j são colónias ou tiveram uma relação histórica colonial, é 0 caso contrário;
- CU_{ij} é 1 se i e j usarem a mesma moeda, é 0 caso contrário;
- FTA_{ij} é 1 se i e j pertencerem ao mesmo Bloco/Acordo de comércio Regional, é 0 caso contrário;
- $Landl_{ij}$ é o número de países sem fronteiras marítimas ou litoral, 0 se i e j não têm litoral, 1 se i ou j não têm litoral e 2 se ambos têm litoral;
- ε_{ij} é o erro estocástico.

Dada a complexidade e a extensão do estudo em causa não nos podemos referir a todas as análises e conclusões que são retiradas, nesse sentido optamos por elencar somente alguma informação. Posto isto, apresentamos os resultados empíricos obtidos⁵⁸:

Tabela 26- Variáveis estimadas pelo Modelo OLS

Modelo	1	2	3	4
Amostra	22 ; 200	63 ; 63	6 ; 63	63 ; 63
Ano da Observação	2002	2006	2006	2006
N	4123	3730	3730	3730
Variáveis				
Número de Missões Estrangeiras (promoção das exportações)	0,10***	0,09***		0,09***
Número de Missões Estrangeiras (captação de importações)			0,05***	0,03
Log Distância	- 0,69***	- 0,74***	- 0,75***	- 0,74***
Log PIB per capita do país exportador	0,86***	1,23***	1,22***	1,21***
Log PIB per capita do país importador	0,83***	0,99***	1,01***	1,99***
Log População do país exportador	0,96***	1,28***	1,28***	1,27***
Log População do país importador	1,01***	1,18***	1,21***	1,17***
Bloco/Acordo de Comércio Regional	0,86***	0,37***	0,38***	0,37***
Mesma Moeda	- 0,27	- 0,34*	- 0,33*	- 0,35**
Log Área do país	- 0,15***	- 0,20***	- 0,19***	- 0,20***
Língua em comum	0,57***	0,71***	0,72***	0,69***
Fronteira terrestre	1,06***	0,90***	0,95***	0,86***
Sem fronteiras marítimas	- 0,75***	- 0,23***	- 0,23***	- 0,22***
Ilha	- 0,27***	- 0,07	- 0,08	- 0,07
Colónias	3,25***	0,04	0,07	0,02
R	0,77	0,67	0,67	0,67

Fonte: Yakop e Bergeijk (2009); adaptação própria.

***, **, * correspondem a 99%, 95% e 90% de significância.

⁵⁸ Mencionar que, o Modelo 1, é o de Rose (2007), que dispunha de 23 países exportadores e 200 importadores. Os restantes são todos testados neste estudo, mas contemplam pequenas diferenças para se observar o efeito que provoca nas variáveis.

Daqui podemos observar que:

- A captação de importações revela um impacto insignificante, uma vez que há um “controlo” por parte da promoção das exportações, papel que é exercido por embaixadas e consulados;
- Em relação ao número de embaixadas e consulados, tanto no estudo de Rose (2007) como neste, a estimativa deste coeficiente é positivo e significativo, obtendo valores de 0,10 e 0,09 com um nível de 99% (colunas 1, 2 e 3). Logo, tal como os autores concluem, **esta variável está sistematicamente relacionada com o aumento das exportações;**
- Na coluna 3, dá-se a troca de variáveis, em que a variável independente número de representações externas (promoção das exportações) é substituída pela facilitação das importações e denota-se um efeito significativo. Ou seja, não tendo em conta a promoção das exportações, o país *i* leva 5% mais para o país *j*;
- Na coluna 4, ainda na mesma variável que o ponto de cima, juntando a promoção das exportações e a facilitação das importações na mesma análise, esta última tem uma contribuição insignificante e, por outro lado, as exportações são significativas uma vez que alcançam 9%. Logo, isto sugere que as representações diplomáticas não se concentram na captação de negócios para os mercados nacionais tanto como apoiam as empresas no exterior. Assim, a facilitação das importações não são uma tarefa que influencie o comércio.

Por fim, fazer ainda referência à informação aprofundada acerca do contributo da diplomacia económica para o comércio internacional, que prende-se com o facto de a diplomacia económica ser mais relevante quando tenta estabelecer presença nos países em desenvolvimento do que nos países desenvolvidos. De acordo com Yakop e Bergeijk (2009), deve-se ao facto de: a) a promoção das exportações não ser estatisticamente significativa nos países desenvolvidos; b) as instituições relacionadas com o comércio são menos desenvolvidas fora da OCDE; e c) ter um impacto grande na fase inicial dos contactos, no arranque das relações comerciais com mercados emergentes, segundo Afman e Maurel (2010).

Por outro lado, Piermenti e The (2005), defendem que os custos de pesquisa de informação tendem a ser muito mais elevados entre países com diferentes práticas de negócios, em que a competitividade, a estabilidade, a fiabilidade e a transparência do

mercado podem ser prejudiciais, e, normalmente, há grandes diferenças culturais. Dado isto, Groot et al. (2004), Bergeijk e Moons (2011) e Yakop e Bergeijk (2009), são da opinião que é útil e justifica-se a intervenção da diplomacia económica, entre outras coisas, na resolução dos problemas que advêm das falhas de mercado, por exemplo, transações de informações a nível internacional que envolvam a intervenção de governos. E, estes últimos autores, acrescentam ainda que, este fenómeno tornar-se-á cada vez mais importante ao longo do tempo, em que a emergência de novos países com diferentes instituições e cultura de negócios irá influenciar normas e valores globais e isso terá, sem dúvida, um impacto sobre as regras do comércio internacional, particularmente em casos como o da China e da Índia.

4.2. Papel das Agências Nacionais de Promoção das Exportações

A abordagem deste ponto permite-nos confirmar empiricamente aquilo que temos defendido atrás sobre a influência a AICEP no comércio bilateral Português.

Tendo em conta que, nos últimos anos as políticas comerciais tornaram-se mais orientadas para as exportações (Hogan, Keesing e Singer, 1991), a investigação levada a cabo por Lederman et al. (2006) tem um objectivo claro: determinar se as EPA's têm impacto sobre as exportações nacionais.

Abordaram a questão da eficácia da promoção das exportações para um grupo de 144 países para o ano de 2005, onde estava incluído Portugal⁵⁹. O conjunto de dados é baseado numa pesquisa de 88 agências, abrangendo as seguintes questões: estruturas institucionais, responsabilidades e funções, objetivos, estratégias seguidas, recursos disponíveis, despesas, atividades e a orientação para o cliente (empresas).

Ao longo das últimas duas décadas, o número de agências nacionais de apoio às exportações triplicou. A sua finalidade é ajudar e apoiar potenciais exportadores a encontrar mercados para os seus produtos, bem como prestar-lhes a informação necessária acerca dos requisitos necessários que os produtos exigem na exportação para diferentes mercados. Neste sentido, os serviços prestados por estas agências subdividem-se em quatro categorias: 1- construção da imagem do país (publicidade e eventos promocionais); 2- serviços de apoio às exportações (assistência técnica,

⁵⁹ Na altura a denominação da agência Portuguesa ainda era ICEP.

formação, informação sobre financiamento, logística, preços, embalagens, entre outros); 3- feiras de marketing (missões e serviços de acompanhamento às exportações e importações); e 4- pesquisa de mercados e publicações (inquéritos, informações on-line, publicações a incentivar as empresas a exportarem, etc.).

No que diz respeito à caracterização das EPA´s analisadas, que constam na **Figura B do Anexo I**, 10% são totalmente privadas, 5% têm capitais mistos, 62% são entidades semiautónomas e têm que reportar ao Primeiro-Ministro ou Ministro encarregue desta pasta e as restantes 23% são subunidades de um Ministério, sujeitas ao seu controlo direto. Referir, também, que desta amostra de agências, 60% tem como principal objectivo aumentar as exportações do país, não têm em conta o setor ou a dimensão da empresa.

Em relação ao estudo, o primeiro passo foi testar a correlação entre os orçamentos para a promoção das exportações e as exportações, e a conclusão é de que há claramente uma correlação positiva entre estas duas variáveis. Em que, por exemplo, Ruanda seria esperado que obtivesse um nível muito mais elevado de exportações, dado o orçamento da sua agência, enquanto que na Irlanda esperava-se um nível mais baixo de exportações.

Posto isto, em relação ao foco principal da investigação, a equação básica das exportações estimada foi a seguinte:

(6)

$$\begin{aligned} \ln \left(\frac{Exp}{Pop} \right)_c = & \beta_0 + \beta_1 \cdot \ln \left(\frac{Bud}{Pop} \right)_c + \beta_2 \cdot \ln \left(\frac{GDP}{Pop} \right)_c + \beta_3 \cdot \ln (T)_c + \beta_4 \cdot \ln (MA)_c \\ & + \beta_5 \cdot \ln (Vol)_c + \beta_6 \cdot \ln Reg_c + \beta_7 \cdot \ln F\&R_c + Dummies_c + \epsilon_c \end{aligned}$$

Em que:

- $\left(\frac{Exp}{Pop} \right)_c$ são as exportações per capita no país c;
- $\left(\frac{Bud}{Pop} \right)_c$ é o orçamento da EPA per capita no país c;
- $\left(\frac{GDP}{Pop} \right)_c$ é o PIB per capita medido como a média do período entre 2000-2004 em dólares Americanos, obtido a partir dos Indicadores de Desenvolvimento do Banco Mundial;

- T_c é um índice de restrição comercial imposta pelo país c sobre as suas importações do resto do mundo⁶⁰;
- MA_c é um índice que restringe o acesso ao mercado das exportações do país c , imposto pelo resto do mundo²;
- Vol_c é a volatilidade da taxa de câmbio no país c , medida pelo coeficiente de variação do dólar em relação à taxa de câmbio da moeda local durante o período de 2000-2004 obtidas a partir dos Indicadores de Desenvolvimento Mundial;
- Reg_c é o número de dias necessários para cumprir os regulamentos e procedimentos necessários às exportações⁶¹;
- $F\&R_c$ são os fluxos do comércio determinados por variáveis geográficas em relação ao PIB⁶²;
- ϵ_c é o erro estocástico.

Assim, através da utilização do Modelo OLS, da equação das exportações e do *2-step Heckman*, os resultados obtidos são:

Tabela 27-Variáveis das EPA's estimadas

Variáveis	Testes				
	OLS	Equação das Exportações	OLS	Equação das Exportações	2-step Heckman
	Todos os Países		Países em Desenvolvimento		Todos os Países
$Ln\left(\frac{Bud}{Pop}\right)_c$	0,106**	0,105**	0,100**	0,077**	
$Ln\left(\frac{GDP}{Pop}\right)_c$	0,693**	0,701**	0,547**	0,576**	0,741**
$Ln(T)_c$	0,062	- 0,040	0,115	- 0,137	- 0,200
$Ln(MA)_c$	- 1,357**	- 1,537**	- 2,174**	- 1,443**	- 2,116**
$Ln(Vol)_c$	- 0,144	- 0,162*	- 0,155	- 0,361	- 0,219**
$LnReg_c$	- 0,008*	- 0,005	- 0,006	- 0,004	- 0,007
$LnF\&R_c$	0,583**	0,570**	0,732**	0,592**	0,627**
Dummy=1: Se EPA's existem					1,096**
Constante	- 3,620**	- 4,617**	- 4,764**	- 5,956**	- 8,063**
Número de Observações	78	144	63	120	142
R-squared	0,958		0,949		

Fonte: Lederman et al. (2006); adaptação própria.

** e * são os níveis de significância de 5% e 10%, respectivamente.

⁶⁰ Baseado em Kee et al. (2006).

⁶¹ De acordo com Djankov (2006).

⁶² Segundo Frankel e Romer (1999).

Em traços gerais, observa-se que:

- Todas as especificações do orçamento das EPA's tem um efeito positivo e estatisticamente significativo sobre as exportações, embora nos países em desenvolvimento o efeito seja ligeiramente menor;
- Em relação ao PIB per capita, tem um sinal positivo e é estatisticamente positivo em todas as especificações, o que sugere que os países mais ricos e desenvolvidos, que possuem instituições mais fortes, exportam mais.;
- A restrição comercial sobre as importações não parece afectar o desempenho das exportações. Em contrapartida, a restrição imposta aos exportadores, reduz consideravelmente as exportações em todas as especificações, com um coeficiente ligeiramente superior para os países em desenvolvimento.
- Na volatilidade cambial, denota-se um impacto negativo sobre as exportações, embora seja estatisticamente significativa.
- Em relação ao número de dias necessários para cumprir os regulamentos, tem um impacto negativo e é, geralmente, insignificante sobre as exportações.
- A componente geográfica é sempre positiva e estatisticamente significativa;
- Para terminar, na última coluna, com a introdução da variável *dummy*, existência de EPA's, verifica-se que o coeficiente é positivo e estatisticamente significativo, concluindo-se que a existência destas agências ajudam as exportações.

Tal como no ponto anterior, dada a extensão deste estudo, realçamos somente as notas de maior destaque.

Observando os países da amostra por regiões, regista-se heterogeneidade em todas: os impactos das EPA's são maiores na Europa Oriental, Ásia, América Latina e África Subsariana, enquanto as agências do Médio Oriente e Norte de África obtêm piores resultados. Numa amostra ampla, os escritórios dos EPA's situados no estrangeiro têm um efeito positivo sobre as exportações, contudo, nas subamostras para países em desenvolvimento, têm um impacto negativo, sugerindo que estas agências têm algo a aprender com a experiência das representações externas de agências nos países desenvolvidos.

Por fim, recorrendo novamente à classificação por regiões geográficas, Lederman et al. (2006) estimam que as EPA's são bastante eficazes, em que por cada 1 US\$ investido no seu orçamento para a promoção de exportações equivale a obter em

exportações adicionais de 100 US\$ no EEE, de 70 US\$ em LAC, 38 US\$ no SSA, 5 US\$ na OCDE e 53 US\$ na MENA. Assim, concluiu-se que, em média, as exportações aumentam com o orçamento destas agências.

Nesse sentido, **investigação mostra que há um impacto positivo e estatisticamente significativo das EPA's sobre as exportações nacionais.**

III. Competitividade da
Economia Portuguesa

5. Perspectiva do *World Economic Forum*

5.1. Índice de Competitividade Global

Considerando que a abordagem deste ponto concentrar-se-á no *Global Competitiveness Index 2014-2015*, é oportuno começarmos com a introdução de um conceito central: competitividade. Ora, de acordo com esta publicação, define-se competitividade como o conjunto de políticas, instituições e outros factores que determinam o nível de produtividade de um determinado país.

O Índice de Competitividade Global é uma ferramenta que avalia a competitividade de 144 economias em todos os estágios de desenvolvimento. Desde a primeira publicação, em 2005, tornou-se amplamente conhecido como uma das avaliações chave da competitividade global.

Este estudo é composto por uma média ponderada dos componentes que medem diferentes aspectos da competitividade e avalia estatisticamente a robustez do Índice como uma estimativa do nível de produtividade e competitividade de uma economia. Assim, os componentes são agrupados em 12 pilares de competitividade:

1. Instituições. Dado o crescente papel e importância dos Estados na esfera internacional, recentemente um pouco à “custa” da recente crise económica e financeira, a qualidade das instituições tem uma forte influencia sobre a competitividade, por exemplo nas decisões de investimento, nas estratégias e políticas de desenvolvimento, etc.
2. Infraestruturas. Tendo em conta que, por exemplo, é um factor importante na escolha da localização da atividade económica, torna-se um factor fundamental. Através da quantidade e qualidade dos transportes existentes (ferroviários, marítimos, aéreos e terrestres), do fornecimento eficiente e eficaz de eletricidade às indústrias ou de uma rede de telecomunicações rápida e extensa, constitui um impacto bastante positivo no crescimento de um país.
3. Ambiente macroeconómico. Apesar de, por si só, não aumentar a produtividade de uma nação, a estabilidade macro é vital para as empresas e, conseqüentemente, é importante para a competitividade global de um país. Por exemplo, se um Governo tiver a seu cargo o pagamento de juros de dívidas

passadas, limita a sua capacidade de atuação ou as empresas não conseguem ser eficientes se a taxa de inflação não estiver controlada. Ou seja, a economia não cresce de forma sustentável se não existir um ambiente macroeconómico estável.

4. Saúde e Educação Primária. Claramente, só trabalhadores saudáveis são produtivos para as empresas e para o país. E, este pilar, ainda tem em conta o facto de a quantidade e a qualidade da educação básica da população ser importante para a economia, visto que o ensino básico aumenta a eficiência dos trabalhadores. Mão-de-obra com pouca formação só está habilitada a realizar tarefas mais simples e básicas. Pode tornar-se um obstáculo ao desenvolvimento das empresas.
5. Educação e Formação Superior. No seguimento do que já foi dito em cima, reforçar a ideia de que a qualidade da formação é bastante relevante para as empresas e, necessariamente, para as atuais economias globalizadas. Este pilar mede as taxas de escolarização e a qualidade da educação, avaliada por líderes empresariais. E, também, é tido em consideração os trabalhadores que continuam a sua formação já depois de estarem empregados, assegurando uma constante atualização das competências.
6. Eficiência do Mercado de Bens. Os países cujos seus mercados sejam “saudáveis”, onde haja concorrência interna e externa e produzam a quantidade indicada de bens e serviços dadas as condições de oferta e procura, são os que prosperam melhor. Neste sentido, as empresas que operem nestes mercados e que produzam os bens exigidos pelo mercado, são as que prosperam e obtêm produtividade do negócio.
7. Eficiência do Mercado de Trabalho. Um dos critérios fundamentais para se ter uma economia produtiva é a flexibilidade no mercado de trabalho. Os trabalhadores devem ser alocados às funções onde sejam mais eficientes e devem dispor de incentivos que reflitam e compensem o seu esforço no trabalho.
8. Desenvolvimento do Mercado Financeiro. Há a necessidade se um mercado financeiro sólido e regulamentado que suporte crises económicas e financeiras, como a de que teve início em 2008, que canalize produtivamente os investimentos de pessoas e empresas, quer nacionais quer estrangeiros, que preveja e avalie o capital de risco e outros produtos financeiros, que regule a

bolsa de valores, que disponha de um sector bancário transparente e confiável, que disponha de regras que proteja investidores e outros intervenientes na economia, entre outros.

9. “Facilidade” Tecnológica. Tecnologia é cada vez mais uma ferramenta essencial para as empresas, este pilar mede a agilidade com que uma economia adota ou recorre às tecnologias existentes para aumentar a produtividade das empresas, com especial enfoque na implementação das TIC nas atividades diárias e processos de produção, permitindo, desta forma, inovar.
10. Tamanho do Mercado. A dimensão do mercado afeta necessariamente a produtividade, uma vez que nos grandes mercados as empresas podem explorar economias de escala. Há estudos empíricos que mostram que, o grau de abertura comercial dos países está associado positivamente ao crescimento, especialmente em países com mercados de pequena dimensão. Assumindo-se que, nesta era globalizada, os mercados internacionais tornam-se substitutos dos mercados domésticos, as exportações substitutas da procura interna.
11. Sofisticação nos Negócios. Esta sofisticação empresarial tem que ver com dois elementos intrinsecamente ligados: a qualidade das redes globais dos negócios de um país (média pela quantidade e qualidade dos fornecedores locais e a extensão da sua interação) e a qualidade das operações e estratégias das empresas (*marketing, branding, distribuição, processos de produção avançados, produção de produtos exclusivos e sofisticados, entre outros*).
12. Inovação. Representa o último pilar da competitividade. A adoção de tecnologias pode trazer ganhos substanciais para as empresas e, naturalmente, é particularmente importante para as economias, pois têm possibilidade de gerar mais valor, melhorando a sua produtividade, mantendo a vantagem competitiva na produção de produtos, desenvolver atividades de maior valor agregado, reduzir a instabilidade macroeconómica, melhorar o capital humano, maior eficiência dos mercados financeiros, os padrões de vida podem ser reforçados, etc. Contudo, o sucesso deste pilar implica um investimento necessário em I&D, tanto do sector público como do privado, visto que é nas instituições científicas e nos protocolos estabelecidos entre universidades e indústrias que se gera o conhecimento básico necessário para a construção de novas tecnologias.

Posto isto, na **Tabela 26**, estão reflectidos todos os valores obtidos por Portugal em cada um dos pilares da competitividade:

Tabela 28 - Resultados de Portugal nos 12 pilares do GCI 2014-2015

Pilares da Competitividade	GCI 2014-2015 de Portugal	
	Posição	Valor
1 - Instituições	41°	4.43
2 - Infraestruturas	17°	5.56
3 - Ambiente Macroeconómico	128°	3.52
4 - Saúde e Educação Primária	24°	6.39
5 - Educação e Formação Superior	24°	5.37
6 - Eficiência do Mercado de Bens	44°	4.58
7 - Eficiência do Mercado de Trabalho	83°	4.09
8 - Desenvolvimento do Mercado Financeiro	104°	3.65
9 - “Facilidade” Tecnológica	26°	5.42
10 - Tamanho do Mercado	51°	4.32
11 - Sofisticação nos Negócios	51°	4.29
12 - Inovação	28°	4.08

Fonte: WEF (2014); adaptação própria.

Apesar de este índice apresentar os resultados em 12 colunas separadas, os pilares não são independentes, tendem a reforçar-se mutuamente, e, nesse sentido, quando dá-se um impacto negativo é reflectido também nos outros. Por exemplo, uma forte capacidade de inovação (pilar 12) dificilmente se conseguirá sem uma força de trabalho saudável e instruída (pilar 4 e 5), que por sua vez é defensora de novas tecnologias (pilar 9), que sem financiamento suficiente (pilar 8) para I&D ou um mercado de bens eficiente que possibilite a introdução de inovações (pilar 6). Embora os pilares estejam agregados num único índice, são descritas medidas para os 12 pilares separadamente, áreas específicas onde os países podem melhorar.

A estrutura clara e intuitiva dos quadros que o GCI disponibiliza é útil para priorizar reformas políticas, pois permite que cada país possa identificar pontos fortes e fracos da sua economia e os factores que mais restringem o seu desenvolvimento económico. Neste sentido, apresentamos os resultados obtidos:

Tabela 29- Principais Economias Mundiais segundo o GCI 2013-2014 e comparação com o GCI 2014-2015

País	Resultado no GCI 14-15	Posição no GCI 2014-2015	Posição no GCI 2013-2014
Suíça	5.70	1	1
Singapura	5.65	2	2
EUA	5.54	3	5
Finlândia	5.50	4	3
Alemanha	5.49	5	4
Japão	5.47	6	9
Hong-Kong	5.46	7	7
Holanda	5.45	8	8
Reino Unido	5.41	9	10
Suécia	5.41	10	6
Noruega	5.35	11	11
EAU	5.33	12	19
Dinamarca	5.29	13	15
Taiwan	5.25	14	12
Canada	5.24	15	14
Qatar	5.24	16	13
Nova Zelândia	5.20	17	18
Bélgica	5.18	18	17
Luxemburgo	5.17	19	22
Malásia	5.16	20	24
Áustria	5.16	21	16
Austrália	5.08	22	21
França	5.08	23	23
Arábia Saudita	5.06	24	20
Irlanda	4.98	25	28
Coreia do Sul	4.96	26	25
Israel	4.95	27	27
China	4.89	28	29
Estónia	4.71	29	32
Islândia	4.71	30	31
Tailândia	4.66	31	37
Porto Rico	4.64	32	30
Chile	4.60	33	34
Indonésia	4.57	34	38
Espanha	4.55	35	35
Portugal	4.54	36	51

Fonte: WEF (2014); adaptação própria.

Desta tabela, realçamos que:

- Os 10 primeiros países, continuam a ser dominados por economias ocidentais evoluídas e avançadas. Pelo sexto ano consecutivo a Suíça lidera o *ranking* e, tal como o ano passado, Singapura volta a ser a segunda economia mais competitiva do mundo.
- Regra geral, as posições do topo têm se mantido bastante estáveis, embora seja de realçar os progressos significativos dos EUA, que recuperou de 5º para 3º lugar, e o Japão, que ocupava o 9º lugar e este ano é 6º.
- Naturalmente, damos agora um especial enfoque à análise de Portugal. Depois de ter registado descidas durante vários anos, no período de 2014-2015 inverte esta tendência negativa e sobe 15 posições e alcança o 36º posto, com um Índice de Competitividade Global de 4,56⁶³. Segundo o WEF (2014), o ambicioso programa de reformas que Portugal adotou teve sucesso, principalmente nas áreas relacionadas com o funcionamento do mercado. Contudo, ainda há muitos aspectos que se podem melhorar: 1- abordar preocupações macroeconómicas persistentes, causadas por níveis elevados de défice e de dívida pública; 2- fortalecer o sector financeiro de modo a que o crédito possa começar a fluir; 3- aumentar ainda mais a flexibilidade do mercado de trabalho; e 4- elevar a qualidade da educação e a capacidade de inovação para, assim, apoiar a transformação económica do país.

Finalmente, sublinhar que o GCI fornece uma plataforma para o dialogo entre governos, empresas e sociedade civil, que pode servir como um catalisador para ações de melhoria da produtividade, que, por sua vez, assume-se como o principal motor do crescimento económico. Ao longo dos anos, tem provado ser uma ferramenta muito útil para promover a competitividade entre países e para intermediar colaborações público-privadas estratégicas.

⁶³ Valor que pode variar entre 1-7.

Conclusão

A presente dissertação tem como principal objectivo demonstrar a relevância e a magnitude que a diplomacia económica tem, atualmente, para países, economias e empresas a nível mundial, com especialmente incidência para o caso Português. Ao longo das últimas décadas, a liberalização do comércio internacional acentuou-se e, neste sentido, verificou-se uma mudança de paradigmas na abordagem aos mercados externos e na captação de investimento, a diplomacia económica foi um mecanismo que acompanhou de perto estas evoluções.

Abordamos, de igual maneira, um fenómeno muito importante e impulsionador de muitos outros: a globalização. Desde meados dos anos 90, este movimento permitiu que as atividades económicas alargassem progressivamente o seu raio de ação, através da crescente eliminação de barreiras alfandegárias à entrada de produtos e da diminuição do nível de protecionismo, e a internacionalização das empresas tornou-se um processo mais frequente, marcou um “ponto de viragem” na importância e atuação da diplomacia económica.

O foco essencial era explicar o contributo direto, eficaz e eficiente da diplomacia económica no comércio bilateral Português. Neste sentido, analisando a estrutura da nossa rede externa, que conta com a colaboração de ME, MNE, AICEP e Instituto do Turismo, constata-se que têm, entre outros, um propósito comum importante: melhorar o saldo da balança comercial. Tendo em consideração a atuação de cada um destes organismos e a sua importância para todo o processo da diplomacia económica, destacamos claramente o trabalho realizado pela AICEP. Evidenciando: a) a abertura de 12 novas delegações, cujo o intuito é apoiar o investimento e as exportações nacionais, onde já se pode observar que o comércio bilateral até meados de Março deste ano, comparando com o período homólogo do ano passado, é superior; b) as iniciativas para a captação de investimento mais frequentes, como *road shows* e participação em feiras de comércio internacional; c) o apoio prestado às empresas na internacionalização, através do trabalho desenvolvido *in-loco* nos mercados, de forma articulada por embaixadores, diplomatas e delegados AICEP, na captação de investimento direto estrangeiro, apoio aos investidores nacionais nos mercados externos, na recolha de informações específicas, como sejam contactos úteis e estratégicos, possíveis parceiros e oportunidades de negócios, informações

económicas e sectoriais, condições legais de acesso, ações de *lobby*, redução das barreiras tarifárias e não tarifárias, etc. E o apoio prestado nos concursos aos negócios internacionais por figuras de estado. Dado o contexto internacional, a ligação entre estados e empresas é crescente, estreita e crucial no que diz respeito à delimitação de estratégias para abordar os mercados, a diplomacia económica tem vindo a assumir um papel primordial nesta relação; d) a divulgação da imagem e da marca Portugal, também realizada por Ministros, Embaixadores e figuras com notoriedade e prestígio internacional, como é o caso de José Mourinho ou Cristiano Ronaldo por exemplo; e) e o trabalho feito em parceria com Embaixadas e Postos-Consulados, há um conjunto de sinergias estabelecidas em prol de Portugal, da economia e das empresas nacionais. E era neste sentido que queríamos levar a nossa análise, mostrar que a diplomacia económica é cada vez mais uma ferramenta muito útil que atrai investimento e leva o que de melhor se faz e produz no nosso país aos quatro cantos do mundo.

A entrevista realizada à Dra. Rita Araújo, diretora de relações institucionais e mercados externos da AICEP Portugal Global, em anexo, é um testemunho real que comprova e atribui valor às funções desempenhadas pela diplomacia económica Portuguesa. Vimos que, na figura do gestor de cliente, é esta agência que presta todas as informações necessárias às empresas, a opção de se internacionalizarem é uma decisão única e exclusivamente tomada por elas. Sublinhamos também, uma ideia que nos parece fundamental, que prende-se com o facto de o trabalho que a AICEP realiza, ser, essencialmente, o de facilitadora, pois são as empresas que concretizam o negócio e assumem um papel principal neste processo, são as empresas que têm o produto, que definem os preços, etc. A este propósito, Paulo Portas dizia que “os negócios são as empresas que os fazem, aquilo que é importante é que um ministro, um vice-primeiro-ministro, um primeiro ministro, um Presidente da República, na hora certa, quando os portugueses estão a concorrer com outros, deem uma palavra a favor dos portugueses. (...) Isso é que é proteger as marcas, os produtos, e as empresas”⁶⁴. E, em último, mencionar ainda que em relação à escolha estratégica da AICEP dos novos mercados, deveu-se, essencialmente, a dois fatores: seguir as tendências do investimento estrangeiro e ter em conta o número de pedidos feito pelas empresas portuguesas.

⁶⁴ Jornal Expresso em 27/10/2014, aquando a visita do Vice Primeiro-Ministro ao México.

Na análise feita ao comércio externo português, observamos, claramente, que estamos a recuperar da crise económica e financeira que nos afectou à bem pouco tempo. Progressivamente, a balança comercial tornou-se novamente positiva, e de 2012 para 2013 passou de - 185 para 2.953 milhões de euros.

Em relação ao mercado interno, na análise à especialização sectorial, através da abordagem do índice de vantagem comparativa revelada, é claro que Portugal tem maior vantagem comparativa na exportação de cortiça. Através do indicador discreto de concentração, vimos que o sector de atividade da informação e comunicação é o que detém maior quota de mercado. E, por último, a aplicação do índice *Herfindahl-Hirschman* permite-nos concluir que a fabricação de coque e produtos petrolíferos representam um sector de atividade altamente concentrado, que se traduz numa realidade muito próxima do monopólio.

Postos isto, ao abordamos a influencia que a diplomacia económica portuguesa tem, analisámos ao pormenor dois grupos de países: os para quem exportamos e importamos mais e os que a AICEP abriu 12 nova delegações, desde 2010 até Março deste ano. Através dos quadros disponibilizados facilmente observamos que, para o primeiro grupo de países, exportamos claramente mais bens e serviços entre janeiro e março deste ano do que no período homologo do ano passado, com claro destaque para a Espanha. Em relação às novas delegações, aumentamos as exportações para mais do dobro em quase todos os países. Este trabalho incansável de divulgação e facilitação de novos negócios, faz que a estrutura da diplomacia económica tenha uma importância vital na nossa economia.

E, neste sentido, também temos em conta duas análises bastante interessantes. A primeira, de Yakop e Bergeijk (2009), que é baseada na investigação de Rose (2007) que já tinha concluído que a rede diplomática externa está diretamente relacionada com a intensidade do comércio internacional, analisam o impacto das embaixadas e consulados mas com dados mais atuais e com um maior número de países exportadores, e observam que a variável diplomática está sistematicamente relacionada com o aumento das exportações. Em relação à segunda, permite-nos confirmar cientificamente o que defendemos no paragrafo anterior, a influência das EPA's no comércio bilateral. Em que, através do estudo a 88 agências e 144 países, conclui-se que há um efeito positivo e estatisticamente significativo das agências no aumento das vendas de produtos por um país.

Por último, atendemos a factos bastante relevantes para Portugal, que confirmam a tendência positiva em que nos encontramos, destacando a 8ª posição obtida nos países mais globalizados, segundo o KOF 2014, e o índice de competitividade global também certifica que a nossa economia está a recuperar, alcançando o 36º posto. Naturalmente, é um bom pronúncio para o futuro.

Dando como terminada a análise às pretensões desta dissertação, é chegada a altura de darmos atenção às limitações da mesma. Tendo o principal objetivo sido cumprido, através da apreciação e constatação da mais valia do trabalho feito pela diplomacia económica portuguesa, a verdade é que não ficou provado empiricamente que esta ferramenta é efetivamente preponderante para as empresas nacionais e para o país. Dada a falta de observações para correlacionar os dados obtidos no comércio bilateral e a diplomacia económica Portuguesa, não foi possível “quantificar” o seu trabalho. Levando em linha de conta que obteríamos significâncias muito pequenas, a utilização de uma regressão econométrica não traduziria o quão a diplomacia económica ajuda o comércio português.

Neste sentido, por fim, quanto a desenvolvimentos futuros, poderão passar pela prossecução deste tema através de uma via científica. Ou seja, quantificar o contributo da diplomacia económica Portuguesa para o comércio, relacionando a vantagem desta atividade para as trocas bilaterais entre países. O objetivo seria demonstrar a causalidade entre variáveis, através de uma aplicação econométrica, explicar se a intensidade das relações comerciais depende, entre outras coisas, de uma *proxy* de diplomacia económica. Uma hipótese seria a utilização do denominado modelo gravitacional. É uma análise empírica que, no seu modelo clássico, prevê que o comércio se baseie na distância entre países e no PIB. Versões mais extensas do modelo, podem incluir variáveis *dummy* como: relações diplomáticas, acordos bilaterais, idioma comum, membro de um bloco económico, etc. Os contributos de Rose (2007), Yakop e Bergeijk (2009) e Lederman et al. (2006) já vão de encontro ao que dissemos, comprovam empiricamente a existência de uma correlação entre a atividade diplomática, entenda-se embaixadas e consulados, e as Agências de promoção das exportações com o aumento do fluxo de comércio bilateral.

Bibliografia

AICEP (2013). *Pense global, pense Portugal*, Revista Portugal Global, Edição nº 48, Lisboa.

AICEP (2015). *Pense global, pense Portugal*, Revista Portugal Global, Edição nº 75, Lisboa.

Afman, E. e Maurel, M., (2010). *Diplomatic Relations and Trade Reorientation in Transition Countries*.

Balassa, Béla (1965). *Trade Liberalization and 'Revealed' Comparative Advantage*, Manchester School of Economic and Social Studies, Oxford, 33, pages 99-123.

Barston, R. P. (2014). *Modern Diplomacy*, Routledge, Fourth Edition.

Bayne, N. (2010). *Economic Diplomat*, Durham, The Memoir Club.

Bayne, N. e Woolcock, S. (2011). *The New Economic Diplomacy, Decision-making and Negotiation in International Economic Relations*, 3rd Edition, Revised and Updated, Ashgate Publishing Limited.

BBVA (2014). *Geo World Report. A Visual guide to Geopolitical Report affairs*. BBVA Research.

Bergeijk, P. (2009). *Economic Diplomacy and the Geography of International Trade*. Cheltenham: Edward Elgar.

Bergeijk, P. e Brakman, S. (2010). *The Gravity Model in International Trade: Advances and Applications*. Cambridge University Press, New York.

Bergeijk, P. e Moons, S. (2011). *Does Economic Diplomacy Work? A Meta Analysis on the Effect of Economic Diplomacy on International Economic Flows*. ETSG, Copenhagen, pp. 1-20.

Berridge, G. R. (2009). *Diplomacy: Theory and Practice*, 4th Edition, Basingstoke, Palgrave Macmillan;

Berridge, G. R. e James, A. (2003). *A Dictionary of Diplomacy*, 2^a Edição, Reino Unido: Palgrave Macmillan.

Biancheri, B. (1999). *Accordare il mondo – La diplomazia nell'età globale*, Laterza, Collana: Sagittari Laterza.

Borges, P. (2011). *Sobre o Conceito de Centralidade Económica – Uma aplicação a nível Internacional*, Dissertação de Mestrado em Economia Portuguesa e Integração Internacional, ISCTE – IUL.

Bonaglia, F. e Goldstein, A. (2006), *Globalização e Desenvolvimento*, Editorial Presença.

Brue, S. L. e Grant, R. R. (2006), *The Evolution of Economic Thought*, Thomson/South-Western.

Bull, H. (1995), *The Anarchical Society: A Study of Order in World Politics*, 2nd Edition, London: Macmillan;

Cardoso, F. J. (2003), *Investimento e Diplomacia Portuguesa em África*, Publicação O Mundo em Português, Revista de Assuntos Internacionais, Ano IV, nº 4, pp. 17-18.

Carneiro (2014), *O Paradoxo Ricardiano: Um equívoco acerca da Riqueza das Nações*, Working Paper 14/32, Contraditório Think Tank;

Carrière, G. C. (1998), *La Diplomatie Economique - Le Diplomate et Le Marché*, Paris: Economica.

Cavusgil, S. (1980), *On the International Process of firms*, European Research, vol. 8, pp. 273-281.

Cavusgil, S., Knight, G. e Riesenberger, J. (2013), *International Business – The New Realities*, Pearson, Third Edition.

Corrêa, V. T. e Cruz, A. M. (2003), *Guia para a vida diplomática*, Ministério dos Negócios Estrangeiros, Instituto Diplomático, Lisboa.

Cruz, A. M. (2005), *Diplomacia Económica*, Revista Diplomacia Pura: Geopolítica e Estratégia, Ano I, nº 0, pp. 8-9;

Dan, W. (2006), *Globalização e Interesses Nacionais: A Perspectiva da China*, Coimbra, Almedina.

Dias, M. (2007), *A Internacionalização e os Factores de Competitividade: O Caso Adira*, Tese de Mestrado, Faculdade de Economia, Universidade do Porto.

Djankov, S., Freund, C. e Pham, C. (2006). Trading on time. *World Bank Policy Research Working Paper 3909*.

Dreher, A. (2006), *Does Globalization Affect Growth? Empirical Evidence from a new Index*, Applied Economics.

Dreher, A., Gaston, N. e Martens, P. (2008), *Measuring Globalization – Gauging its Consequence*, New York: Springer.

Eurostat e OECD (2007), *Eurostat – OECD Manual on Business Demography Statistics*, Methodologies and Working Papers, 2007 Edition, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Figge, L. e Martens, P. (2014), *Globalisation Continues: The Maastricht Globalisation Index Revisited and Updated*, Globalizations, Maastricht University, pp. 4-5.

Frankel, J. (1973), *International Politics*, Penguin, Londres, pp. 148-149.

Frankel, J. e Romer, D. (1999). Does trade cause growth?. *American Economic Review*, 89(3): 379-399.

Freire, A. (1997), *Estratégia – Sucesso em Portugal*, Editorial Verbo, Lisboa.

Friedman, T. L. (1999), *Compreender a Globalização - O Lexus e a Oliveira*, Editores Quetzal.

Gamito, A. (2003), *A Componente Económica da Actividade Diplomática*, Publicação: O Mundo em Português, Revista de Assuntos Internacionais, Ano IV, nº 4, pp. 19-20.

GEE (2014), *A Globalização da Economia Portuguesa*, Ficha de Competitividade – Globalização.

GEE e GPEARI (2010), *Vantagens Comparativas Reveladas do Comércio Internacional por Grupo de Produtos*, Boletim Mensal de Economia Portuguesa nº 12|2010 – Destaques.

Giddens, A. (1991), *As consequências da modernidade*, UNESP, 2ª Edição, São Paulo.

Groot, H.L.F. de, G.J. Linders, P. Rietveld e U. Subramanian (2004). *The institutional determinants of bilateral trade patterns*. *Kyklos* 57 (1), pp. 103–24.

Hamilton, K. e Langhorne, R. (2010), *The Practice of Diplomacy: Its Evolution, Theory and Administration*, London, Routledge.

Head, K. e Ries, J., (2006). Do Trade Missions Increase Trade?. *Saunders School of Business Working Papers*. University of British Columbia.

Heydon, K. e Woolcock, S. (2009), *The Rise of Bilateralism: Comparing American, European and Asian Approaches to Preferential Trade Agreements*, Tokyo, UN University Press.

Hill, C. (2013), *Global Business Today*, McGraw-Hill, 8th Edition.

Hogan, P. , Keasing, D. e Singer, A. (1991). *The Role of Support Services In Expanding Manufactured Exports in Developing Countries*. Economic Development Institute, World Bank.

INE (2011), *Principais características das Sociedades e como evoluíram em 2011*, Empresas em Portugal – Perfil das Sociedades.

INE (2014), *VAB das Empresas Não Financeiras aumenta ligeiramente e pessoal ao serviço diminui*, Empresas em Portugal 2004-2013.

Jessup, P. C. (1956), *Parliamentary Diplomacy*, in Recueil des Cours da Academia de Direito Internacional, volume 89, I.

Joaquim, C. C. (2011), *A Diplomacia Económica Portuguesa e a Internacionalização da Banca: Estudo de Caso*, Tese de Mestrado, ISEG.

Kaizeler, A. C. 2008. Ética, Globalização e Ética da Globalização. *ISEG, SOCIUS – Centro de Investigação em Sociologia Económica e das Organizações*, nº1/2008.

Kaizeler, A. C. 2012. Efeito da Globalização nos Países em Desenvolvimento em termos de Repartição do Rendimento. *ISEG, Doutoramento em Estudos de Desenvolvimento*.

Kee, H., Nicita, A. e Olarreaga, M (2006). Estimating Trade Restrictiveness Indices. *World Bank Policy Research Working Paper No. 3840*.

Kissinger, H. (2007), *Diplomacia*, Gradiva, 3ª Edição, Lisboa.

Krugman, P. e Venables, A. (1990), *Integration and the Competitiveness of peripheral industry*, in C. Bliss and J. Braga de Macedo (eds), Unity with diversity in the European community, Cambridge University Press.

Krugman, P. (1998), *What's new about the New Economic Geography*, Oxford Review of Economic Policy, Oxford University Press, volume 14 (2).

Krugman, P. e Obstfeld, M. (2010), *International Economics*, Pearson, São Paulo, 8ª Edição.

Krugman, P., Wells, R. e Graddy, K. (2014), *Essentials of Economics*, Worth Publishers, Third Edition.

Landau, A. (2000). *Analyzing International Economic Negotiations: Towards a Synthesis of Approaches*. International Negotiation, 5.

Leal, A. (2005), *O Investimento das Empresas Portuguesas no Brasil – Uma Experiência de Diplomacia Economica?*, Tese de Mestrado em Gestão Pública, Universidade de Aveiro, Secção Autónoma de Ciências Sociais, Jurídicas e Políticas.

Leal, A. (2007), *A Diplomacia Económica em Portugal no Século XXI – que Papel no Investimento Directo Português no Exterior?* Negócios Estrangeiros, 11.1 pp. 207-310.

Lederman, D., Olarreaga, M. e Payton, L. (2006). Export Promotion Agencies: What Works and What Doesn't?. *World Bank Policy Research Working Paper 4044*, Washington, DC: World Bank.

Leguey-Feilleux, J. (2009), *The Dynamics of Diplomacy*, Boulder, CO: Lynne Rienner.

Linnemann, H., (1966) *An Econometric Study of International Trade Flows*. Amsterdam: North Holland.

Macbean, A. (2000). *Trade and Transition: Trade Promotion in Transitional Economies*. Routledge, Londres.

Macedo, J. B. (2006), *História Diplomática Portuguesa: constantes e linhas de força. Estudo de Geopolítica*, Tribuna da História, 2ª Edição, Lisboa;

Magalhães, J. C. (2000), *Breve História Diplomática de Portugal*, Publicações Europa-América, Lisboa.

Magalhães, J. C. (2003), *A Diplomacia Económica em Foco*, Publicação O Mundo em Português, Revista de Assuntos Internacionais, Ano IV, nº 4, pp. 15-16.

Magalhães, J. C. (2005), *A Diplomacia Pura*, Bizancio, 1ª Edição, Lisboa.

Marshall, P. (1999), *Positive Diplomacy*, Basingstoke, Palgrave.

Martens, P. e Raza, M. (2008), *An updated Maastricht Globalisation Index*, ICIS Working Paper 08020, University Maastricht.the level

Martens, P. e Zywiets, D. (2006), Rethinking Globalisation. A Modified Globalisation Index, *Journal of International Development*, 18 (3): 331-350.

Martínez, P. S. (2010), *História Diplomática de Portugal*, Almedina, 3ª Edição, Lisboa.

Medeiros, Eduardo (2007), *Economia Internacional*, Livraria Petrony, Lisboa, 8ª Edição.

Moita, L. (2006a), *Nova Diplomacia: paradigma, actores e espaços*, Observatório de Relações Exteriores, Universidade Autónoma de Lisboa.

Moita, L. (2006b), *Nova Diplomacia: agenda, métodos e desafios*, Observatório de Relações Exteriores, Universidade Autónoma de Lisboa.

Moita, L. (2006c), *Da Diplomacia Clássica à Nova Diplomacia*, Observatório de Relações Exteriores, Universidade Autónoma de Lisboa.

Moreira, A. (2014), *Teoria das Relações Internacionais*, Almedina, 8ª Edição, Lisboa.

Nicolson, H. (1954), *The Evolution of Diplomatic Method*, Constable and Co. Ltd, Londres.

Nicolson, H. (1969), *Diplomacy*, Oxford University Press, Londres.

Nitsch, V., (2007). State Visits and International Trade. *World Economy* 30 (4), pp. 1797–816.

Nogueira, G. (2007), *Indicadores de Vantagens Comparativas Reveladas por Grupos de Produtos e por Nomenclatura Combinada*, Boletim Mensal de Comércio Intenacional;

Nye, J. S. (2004), *Soft Power. The means to success in world politics*, PublicAffairs™, United States.

OCDE (2006). *Structural and Demographic Business Statistics*, Statistical Documents.

ONU (2014). *Relatório do Desenvolvimento Humano 2014. Sustentar o Progresso Humano: reduzir as vulnerabilidades e reforçar a resiliência*. PNUD. Camões – Instituto da Cooperação e da Língua.

Pavia, J. F. e Monteiro, M. (2013), *A Política Externa nos programas de Governo do Portugal Democrático (1974-2013)*, Universidade Lusíada, Lisboa.

Petit, P. (2001), *La diplomatie du 21. e siècle*, em Point de vue, Institut Universitaire de Hauts Études Internationales, Genève.

Piermartini, R. e The, R. (2005). Demystifying Modelling Methods for Trade Policy. *WTO Discussion papers 10*, Geneva: WTO.

Rana, K. S. (2002), *Inside Diplomacy*, Revised Edition, New Delhi, Manas.

Rana, K. S. (2004), *Economic Diplomacy in India: a Practitioner's Perspective*, International Studies Perspectives.

Rana, K. S. (2011), *21st Century Diplomacy. A Practitioner's Guide. Key Studies in Diplomacy*, Continuum International Publishing Group.

Rana, K. S.. e Chatterjee, B. (2011), *Economic Diplomacy: India's Experience*, Jaipur, CUTS.

Rao, T. e Naidu, G. (1992). *Are the stages of Internationalization empirically supportable?*. Journal of Global Marketing, Vol. 6, pp. 147-170.

Reinert, K. A. e Rajan, R. S. (2010), *The Princeton Encyclopedia of the World Economy*, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Rennen, W. e Martens, P. (2003). *The Globalization timeline, Integrated Assentment*, 4(3), pp.137-144.

Ricardo, D. (1983). *Princípios de Economia Política e de Tributação*. Fundação Calouste Gulbenkian.

Rose, A. (2007). The Foreign Service and Foreign Trade: Embassies as Export Promotion. *The World Economy* 30 (1), January, pp. 22–38.

Sampaio, G. (2014), *Os Facilitadores*, A Esfera dos Livros, 1ª Edição, Lisboa.

Saner, R. e Yiu, L. (2003). International Economic Diplomacy: Mutations in Post-Modern Times. *Discussion Papers in Diplomacy* number 84, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', The Hague.

Sarmiento, E. e Nunes, A. (2011). *A Concentração Sectorial em Portugal, segundo o Índice de Herfindahl-Hirschman*. GEE|GPEAR, Boletim Mensal de Economia Portuguesa nº 4|2011.

Segal-Horn, S. e Faulkner, D. (1999). *The Dynamics of International Strategy*. London: InternationalThomson.

Segura-Cayuela, R. e Vilarrubia, J.M. (2008). The Effects of Foreign Service on Trade Volumes and Trade Partners. *Working paper 0808*, Banco de España: Madrid.

Silva, J. R. (2002). *Estados e Empresas na Economia Mundial*. Vulgata, 1ª Edição, Lisboa.

Simões, V. (1997). *A Internacionalização das Empresas Industriais Portuguesas: Características e Perspectivas*. Conselho Económico e Social.

Simões, V. (2005). *Curso de Estratégias de Internacionalização da Empresa*. Mestrado em Gestão e Estratégia Industrial, ISEG, Lisboa.

Simões, C., Esperança, J.P. e Simões, V.C. (2013). *Horizonte Internacionalizar; Guia para PME*. Obras em Curso Lda, AICEP e AUDAX.

Smith, A. (2010). *Inquérito sobre a Natureza e as Causas da Riqueza das Nações*. Vol. II, 5ª Edição, Fundação Calouste Gulbenkian, Coimbra.

Smith, A. (2014). *Inquérito sobre a Natureza e as Causas da Riqueza das Nações*. Vol. I, 7ª Edição, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.

Sousa, F. e Mendes, P. (2014). *Dicionário de Relações Internacionais*. Edições Afrontamento, 3ª Edição, Porto.

Spero, J. E. e Hart, J. A. (2003). *The Politics of International Economic Relations*. 6th Edition, Belmont, CA: Thompson/Wadsworth.

Stiglitz, J. E. (2004). *Globalização – A grande desilusão*. Terramar, 3ª Edição, Lisboa.

Sturgeon, T. (2013). *Global Value Chains and Economic Globalization – Towards a New Measurement Framework*. Industrial Performance Center. Massachusetts Institute of Technology.

Strange, S. (1992). *States, Firms and Diplomacy*. International Affairs.

Tinbergen, J. (1962). *Shaping the World Economy – Suggestions for an International Economic Policy*. Twentieth Century Fund: New York.

UNCTAD (2014). *World Investment Report 2014. Investing in the SDG's: an action plan*. United Nations Publication.

UNCTAD (2015). *Global Investment Trends Monitor*. United Nations Publication.

Veenstra, M., Yakop, M. e Bergeijk, P. (2010). Economic diplomacy, the Level of Development and Trade. *Discussion Papers in Diplomacy*. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'.

Villaverde, J. e Maza, A. (2011). Globalisation, Growth and Convergence. Working Paper, *The World Economy*, Vol. 34, Issue 6, pp. 952-971.

WEF (2014). *The Global Competitiveness Report 2014-2015*.

Wickramasekera, R. e Oczkowski, E. (2006). *Stage models re-visited: A measure of stage of internalization of a firm*. Management International Review, Vol. 46, pp. 39-55.

Woolcock, S. (2012). *European Union Economic Diplomacy: The Role of the EU in External Economic Relations*. Farnham, Ashgate.

WTO (2013). *World Trade Report. Factors shaping the future of world trade*.

Yakop, M. e Bergeijk, P. (2009). The Weight of Economic and Commercial Diplomacy. **International Institute of Social Studies Working Papers**, no. 478.

Sites Consultados

- **AICEP** - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal.
<http://www.portugalglobal.pt/PT/Paginas/Index.aspx>;
- **Banco Mundial**. <http://www.worldbank.org/>;
- **CIA** – *Central Intelligence Agency*.
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sy.html>;
- **CRUP** – Conselho de Reitores das Universidades Portuguesas.
<http://crup.pt/pt/imprensa-e-comunicacao/recortes-de-imprensa/7365-aicep-vai-ajudar-universidades-portuguesas-na-internacionalizacao>;
- **EIU** – *Economist Intelligence Unit*. <http://www.eiu.com/home.aspx>;
- **FMI** – Fundo Monetário Internacional.
<http://www.imf.org/external/index.htm>;
- **IAPMEI** – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação.
<http://www.iapmei.pt>;
- **INE** – Instituto Nacional de Estatística.
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_main;
- **Instituto do Turismo de Portugal**.
<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/Pages/Homepage.aspx>;
- **Ministério da Economia**. <http://www.portugal.gov.pt/pt/os-ministerios/ministerio-da-economia-e-do-emprego.aspx>;

- **Ministério dos Negócios Estrangeiros.** <http://www.portugal.gov.pt/pt/os-ministerios/ministerio-dos-negocios-estrangeiros.aspx>;
- **ONU – Organização das Nações Unidas.** <http://www.un.org/en/index.html>;

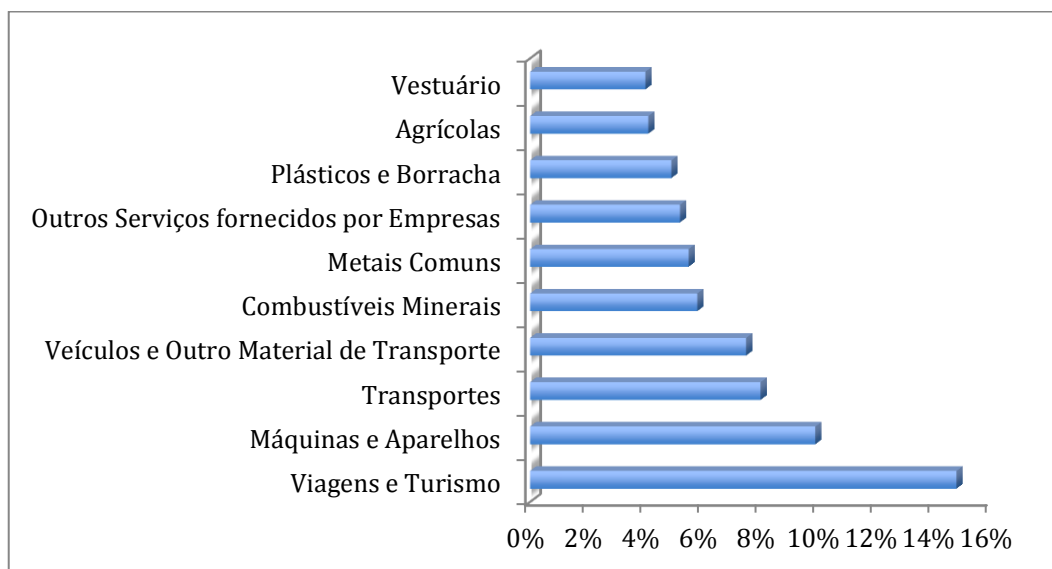
Anexo I

Tabela A – Classificação de Portugal no KOF 2014

KOF 2014								
Posição	País	Índice de Globalização	País	Globalização Económica	País	Globalização Social	País	Globalização Política
1	Irlanda	92,17	Singapura	96,69	Singapura	91,61	França	97,76
2	Bélgica	91,61	Irlanda	93,69	Irlanda	91,55	Itália	97,71
3	Holanda	91,33	Luxemburgo	92,53	Áustria	91,47	Bélgica	96,75
4	Áustria	90,48	Malta	91,78	Suíça	90,86	Áustria	96,54
5	Singapura	88,63	Holanda	91,17	Holanda	90,32	Reino Unido	96,19
6	Dinamarca	87,43	Bélgica	89,43	Chipre	90,26	Espanha	96,18
7	Suécia	87,39	Estónia	88,04	Bélgica	90,17	Suécia	94,92
8	Portugal	87,01	Bahrein	87,18	Canada	99,91	Brasil	94,72
9	Hungria	85,91	Hungria	86,82	Dinamarca	86,84	Portugal	94,37
10	Finlândia	85,87	Finlândia	85,8	França	86,70	Egito	94,16
11	Suíça	85,74	Áustria	85,1	Reino Unido	86,07	Canada	94,12
12	Canada	85,63	Suécia	85,09	Portugal	84,75	Dinamarca	93,91
13	Chipre	85,27	EAU	85	Noruega	84,56	Suíça	93,15
14	Espanha	84,66	Eslováquia	84,58	Suécia	84,41	Argentina	93,06
15	Luxemburgo	84,57	Chipre	84,51	Alemanha	83,71	Holanda	93,01
16	República Checa	83,97	Portugal	84,09	Finlândia	83,51	Turquia	92,74

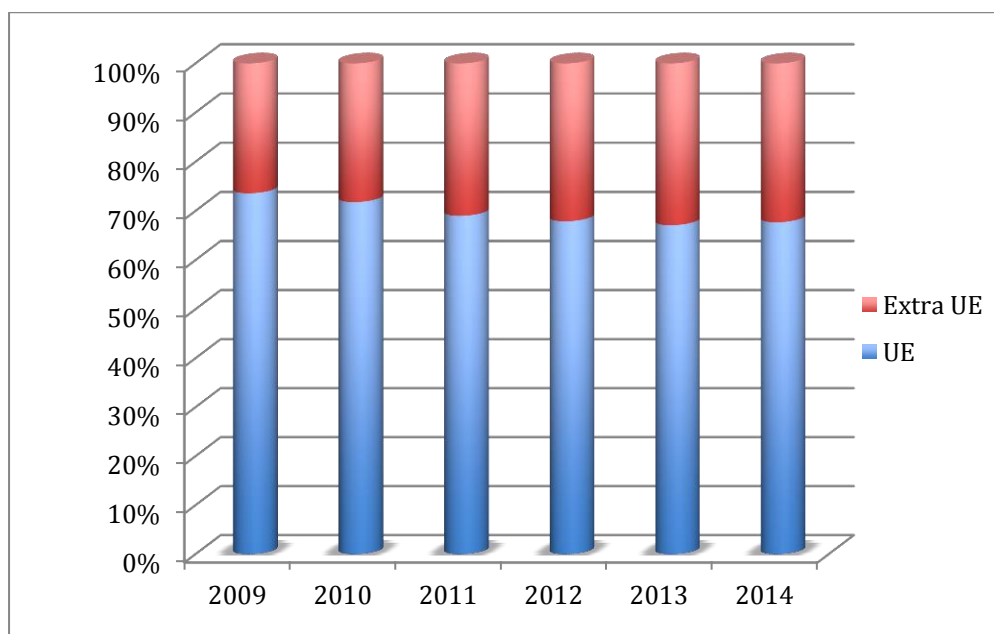
Fonte: Dreher, Gaston e Martens (2008); adaptação própria.

Figura C - Exportações Portuguesas de Bens e Serviços por produto em 2014



Fonte: Banco de Portugal e AICEP.

Figura D - Exportações por Zonas Geoeconómicas, UE e Extra UE, desde 2009 a 2014



Fonte: Banco de Portugal e AICEP; adaptação própria.

Tabela B – Países que compõe a investigação das Embaixadas e Consulados

Países					
Argélia	República Checa	Indonésia	México	Rússia	Espanha
Argentina	Dinamarca	Irão	Holanda	China	Uganda
Austrália	República Dominicana	Irlanda	Nigéria	Arábia Saudita	Ucrânia
Áustria	Equador	Itália	Noruega	Singapura	Reino Unido
Bangladesh	Egito	Israel	Nova Zelândia	África do Sul	EUA
Bulgária	Finlândia	Japão	Paquistão	Suécia	Uruguai
Belarus	França	Quênia	Peru	Suíça	Vietname
Bélgica	Alemanha	Coreia	Filipinas	Sudão	Venezuela
Brasil	Grécia	Kuwait	Polónia	Tunísia	
Canadá	Hungria	Malásia	Portugal	Tailândia	
Chile	Índia	Marrocos	Roménia	Turquia	

Fonte: Yakop e Bergeijk (2009); adaptação própria.

Figura B – Países e Agências que compõe o estudo das EPA's

País	Nome da Agência	Região
África do Sul	TISA	SSA
Albânia	ANE	EEA
Alemanha	BFAI	OCDE
Argélia	ALGEX	MENA
Arménia	ADA	EEA
Austrália	Austrade	OCDE
Áustria	Austrian Trade, Austrian Federal Economic Chamber	OCDE
Bangladesh	EPB	EEA
Belize	Belize Trade & Investment Development Service	LAC
Bolívia	CEPROBOL	LAC
Botswana	BEDIA	SSA
Brasil	APEX - Brasil	LAC
Bulgária	BSMEPA	EEA
Burkina Faso	ONAC	SSA
Camboja	Export Promotion Department, Ministry of Commerce	EEA
Chile	PROCHILE	LAC
China	CCPIT	EEA
Colômbia	ProExport	LAC
Costa Rica	Procomer	LAC
Costa do Marfim	APEX - CI	SSA

Diplomacia Económica

Dinamarca	Trade Council of Denmark	OCDE
Dominica	DEXIA	LAC
Egito	ExpoLink	MENA
El Salvador	Exporta El Salvador	LAC
Equador	CORPEI	LAC
Eslováquia	SARIO	EEA
Eslovénia	TIPO	EEA
Espanha	ICEX	OCDE
Estónia	Enterprise Estonia	EEA
Fidji	FTIB	EEA
Finlândia	Finpro	OCDE
França	UBIFRANCE	OCDE
Gana	GEPC	SSA
Granada	Trade & Industry Unit, Ministry of Finance	LAC
Guatemala	AGEXPRONT	LAC
Guiana	GO-INVEST	SSA
Holanda	EVD	OCDE
Honduras	FIDE	LAC
Hong Kong	HKTDC	EEA
Hungria	Hungarian Investment and Trade Development Agency	EEA
Iémen	Yemen Export Supreme Council	MENA
Irlanda	Enterprise Ireland	OCDE
Islândia	Trade Coucil of Iceland	OCDE
Israel	Israel Export & International Cooperation Institute	MENA
Jamaica	JAMPRO	LAC
Jordânia	JEDCO	MENA
Letónia	LIDA	EEA
Líbano	IDAL	MENA
Lesoto	Trade Promotion Unit	SSA
Lituânia	LDA	EEA
Malawi	MEPC	SSA
Malásia	MATRADE	EEA
Malta	Malta Enterprise	MENA
Marrocos	CMPE	MENA
Maurícia	Enterprise Mauritius	SSA
México	Bancomext	LAC
Moldávia	MEPO	EEA
Moçambique	IPEX	SSA
Nicarágua	APEN	LAC
Níger	ANIPEX	SSA
Noruega	Innovation Norway	OCDE
Panamá	National Direction Of investment & Export Promotion	LAC
Paraguai	PROPARAGUAY	LAC
Peru	Prompex	LAC
Portugal	ICEP Portugal	OCDE

Diplomacia Económica

Porto Rico	Compania de Comercio y Exportacion	LAC
Quénia	Export Promotion Council	SSA
Reino Unido	UKTI	OCDE
República Checa	Czech Trade	EEA
República Dominicana	CEI - RD	LAC
Ruanda	RIEPA	SSA
Senegal	ASEPEX	SSA
Sérvia e Montenegro	SIEPA	EEA
Serra Leoa	SLEDIC	SSA
Suécia	Swedish Trade Council	OCDE
Suíça	OSEC Business Network Switzerland	OCDE
Taiwan	TAITRA	EEA
Tanzânia	Board of External Trade	SSA
Tailândia	Department of Export Promotion	EEA
Trinidad e Tobago	TIDCO Limited	LAC
Tunísia	FAMEX	MENA
Turquia	IGEME	EEA
Uganda	Uganda Export Promotion Board	SSA
Uruguai	Uruguai XXI	LAC
Venezuela	BANCOEX	LAC
Vietname	Vietrade	EEA
Zâmbia	EBZ	SSA

Fonte: Lederman et al. (2006); adaptação própria.

Anexo II

Entrevista realizada à Dra. Rita Araújo, Diretora de Relações Institucionais e Mercados Externos da AICEP.

1. Existe na AICEP a figura do gestor de cliente, que tem por objetivo uma maior proximidade ao tecido empresarial português e um aconselhamento personalizado. Após o primeiro contacto com as empresas, como é efetuado o diagnóstico da empresa sobre a sua capacidade para iniciar um processo de internacionalização?

Resposta:

- Não é efectuado um diagnóstico, a AICEP simplesmente presta todas as informações necessárias para as empresas se internacionalizarem, é uma decisão única e exclusivamente tomada por estas.
- Só presta ajuda/apoio

2. Da experiência que detêm do mercado, quais são os principais fatores que incentivam uma empresa a internacionalizar-se?

Resposta:

- Depende do setor de atividade.
- Ultimamente, a maior procura de mercados internacionais deve-se à crise económica e financeira que ainda estamos a ultrapassar. Qualquer empresa quer ter o maior número de negócios possíveis, quer crescer e quer angariar cada vez mais dinheiro.

3. Atendendo a que o processo de internacionalização das empresas se efetua por estágios, que varia de empresa para empresa e de setor de atividade para setor, quais os tipos de instrumentos são disponibilizados pela AICEP?

Resposta:

- AICEP presta diferentes tipos de serviços para PME e Grandes Empresas. Estas últimas, não precisam de grande parte dos produtos e

serviços prestados às PME na medida em que, por exemplo, podem recorrer a empresas de consultadoria.

- Apoio prestado às Grandes Empresas é a outro nível, por exemplo, explicar os requisitos a empresas estrangeiras para investir em Portugal.
- Assim, para as PME, AICEP disponibiliza ações de capacitação, como é o caso do ABC Mercado. São sessões de sensibilização prestadas às empresas em o intuito é o de prestar informações, recomendações e conselhos importantes acerca da melhor forma de abordar os mercados e sobre o seu funcionamento. Por exemplo, explica-se como se exporta para a China ou como se exporta vinho para Hungria, dadas as especificidades destes mercados. Este tipo de informações já são “muito básicas” para o que as Grandes Empresas precisam.

4. Após o início do processo de internacionalização das empresas no mercado, segundo o aconselhamento prestado pela AICEP, como é efetuado o *Followup* e acompanhamento dos processos de internacionalização das empresas.

Resposta:

- *Followup* é sempre feito pelo Gestor de Cliente. Em média, tem 200 Grandes Empresas e 1.000 PME.
- É realizado um questionário de satisfação sobre a participação nas ações que a AICEP levou a cabo. No fim de cada evento que é realizado é enviado um questionário às empresas.
- Convém deixar claro que a AICEP, neste caso os Gestores de Clientes, são somente facilitadores, pois os negócios são as empresas que os concretizam. As empresas é que têm o mérito, pois são elas que têm o produto, têm o preço, etc.
- O que se verifica em muitos casos, é que as empresas “não querem perder tempo”, querem logo falar umas com as outras sem intermediários, angariar contactos e negócios.
- Uma das iniciativas que a AICEP tem, é a de “recrutar” empresas estrangeiras para virem a Portugal dialogarem e negociarem com as empresas nacionais.

- A Rede Externa, faz o *Followup*, no mercado.

5. Quais as vantagens ou constrangimentos considera existir no atual modelo de diplomacia económica? Como funciona a articulação entre a AICEP e as Embaixadas/Consulados?

Resposta:

- Vantagens: racionalização de recursos, dimensão da rede externa ser muito maior e, nos países onde a AICEP não está presente, a Embaixada dá seguimento aos mercados.

6. Nas viagens de Estado, realizadas pelo Vice-Primeiro Ministro, Ministro dos NE ou ME, quais os critérios de “seleção” das empresas que também acompanham esta comitiva?

Resposta:

- Concurso é colocado no site e podem ir todas as empresas desde que suportem os seus custos. Seleção é aberta e o único critério é as empresas terem que pagar as suas despesas. Em média, vão entre 20 e 25 empresas e uma viagem com uma “boa assistência” já leva cerca de 50 empresas.
- Também é usada uma lista das empresas que já mostraram interesse anteriormente.
- Atualmente as empresas preferem ir sozinhas, para irem logo “diretas” às empresas estrangeiras e negociarem. É que este tipo de modelo de viagem, com figuras de estado, tem que cumprir um protocolo e as empresas têm de estar integradas na missão, por exemplo, têm que estar nas palestras quando falam os representantes de cada país, têm de acompanhar a missão.
- As viagens do Presidente da República são feitas por comité.

7. Qual foi o critério de escolha dos países das 12 novas Delegações que a AICEP anunciou em Novembro de 2014?

Resposta:

- É um plano estratégico para desenvolver até 2016.
- A escolha prende-se, essencialmente, com: 1- seguir as tendências do investimento estrangeiro; e 2- ter em conta o número de pedidos das empresas.
- Outros países interessantes, com o fim das sanções e dos embargos, serão Cuba e Irão.