

**PORTUGAL E AS
RELAÇÕES ECONÓMICAS ENTRE OS
PAÍSES DE LÍNGUA OFICIAL
PORTUGUESA**



Prof. Doutora Maria Sousa Galito

**Professora e Investigadora da Universidade Lusófona de
Humanidades e Tecnologias**

21 Outubro 2011



A Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) foi constituída a 17 de Julho de 1996.



RELAÇÕES ECONÓMICAS ENTRE PAÍSES LUSÓFONOS



- **Empresários, directores de associações empresariais e presidentes de câmaras de comércio**, continuam pouco envolvidos e descrentes em relação à utilidade prática da CPLP.
- **As gerações mais novas**, nascidas no período pós Revolução do 25 de Abril de 1974 e descolonização (1974/75) – sobretudo nos últimos vinte anos – **sentem-se distantes do projecto lusófono**, porque: desconhecem as actividades da CPLP; descrença ao nível dos resultados práticos, às reais capacidades da organização no âmbito político-económico.

Fragilidades da CPLP



- Diferentes prioridades. Os países lusófonos estão inseridos em diferentes blocos regionais. Dificuldade em obter consensos.
- orçamento limitado da CPLP.
- quase apenas Portugal e Brasil são contribuidores líquidos.
- falta de sentido de pertença à Comunidade por parte dos cidadãos e das “elites”.
- o desinteresse dos meios de comunicação pelas actividades da CPLP.

Dificuldades no espaço da CPLP

(e em fazer negócios nos seus mercados)



- Descontinuidade do espaço lusófono
- Factor distância geográfica, com implicações imediatas sobre os custos de produção e de transacção.
- mesma Língua, culturas e hábitos de trabalho diferentes.
- falta de informação ou de impreparação das empresas quando escolhem outro país lusófono como destino. Vão “à aventura”, apostam mais em projectos de curto prazo e rentabilidade imediata, do que em projectos de médio e longo prazo.

Dificuldades no espaço da CPLP (e em fazer negócios nos seus mercados)



- Assimetrias políticas, económicas e sociais.
- expectativas goradas em relação à CPLP.
- a insegurança dos contratos, a não fiabilidade de organismos políticos nos mercados de destino.
- falta de financiamento em geral às empresas nesses mercados.
- a questão cambial enquanto barreira ao comércio internacional.
- falta de infra-estruturas nalguns países.
- muitas associações de empresas a apoiar a internacionalização para esses mercados, mas pouca cooperação entre elas.
- necessidade de estabilidade macroeconómica no país.
- dupla tributação.

Índices de Desenvolvimento Humano

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME

	Países Lusófonos	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	Ranking 2010
IDH Muito Elevado	Portugal	0,768	0,789	0,833	0,870	0,895	0,904	0,795	40
IDH Elevado	Brasil	0,685	0,694	0,710	0,734	0,790	0,805	0,699	73
IDH Médio	Cabo Verde	n.a	n.a	0,589	0,641	0,674	0,692	0,534	118
	Timor-Leste	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	0,488	0,502	120
	São Tomé e Príncipe	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	0,639	0,488	127
IDH Baixo	Angola	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	0,541	0,403	146
	Guiné-Bissau	0,256	0,278	0,320	0,349	0,370	0,386	0,289	164
	Moçambique	0,280	0,258	0,273	0,310	0,350	0,390	0,284	165

Fonte: PNUD/UNDP ³⁴

Portugal ocupava em 2010 o terceiro lugar a contar do fim da lista de 42 países com “IDH muito elevado”, posição pouco gratificante, situada abaixo da média da OCDE (0,853).

Índice de Percepções de Corrupção

Países Lusófonos	Pontuação CPI 2009	Hierarquia 2009	Pontuação CPI 2010	Hierarquia 2010
Portugal	5,8	35	6,0	32
Cabo Verde	5,1	46	5,1	45
Brasil	3,7	75	3,7	69
São Tomé e Príncipe	2,8	111	3,0	101
Moçambique	2,5	130	2,7	116
Timor-Leste	2,2	146	2,5	127
Angola	1,9	162	2,1	154
Guiné-Bissau	1,9	162	1,9	168

Fonte: *Transparência Internacional* (2009 e 2010)

Por outras palavras, os mercados lusófonos não são em geral considerados transparentes pelos investidores internacionais, o que constitui uma barreira à realização de negócios e é certamente uma matéria a corrigir no futuro próximo.

Índice de Facilidade de Fazer Negócios

Classificação/Ranking		País
2010	2009	
48	48	Portugal
129	127	Brasil
135	140	Moçambique
146	147	Cabo Verde
164	173	Timor-Leste
169	170	Angola
180	180	São Tomé e Príncipe
181	181	Guiné-Bissau

Fonte: Baseado em *Doing Business 2010*⁸

Uma boa classificação no IFFN significa que o país promove o funcionamento de negócios. No âmbito da Lusofonia, é um indicador importante, pois nenhum dos países consta do grupo líder, precisamente Singapura, Nova Zelândia, Hong Kong (China), EUA e Reino Unido.

World Bank and The International Bank for Reconstruction and Development

Comércio de Mercadorias – Exportações e Importações (em % do total mundial)

Ano	Exportações		Importações	
	2000	2010	2000	2010
Angola	0,1	0,3	0,0	0,1
Brasil	0,9	1,3	0,9	1,2
Cabo Verde	0,0	0,0	0,0	0,0
Guiné-Bissau	0,0	0,0	0,0	0,0
Moçambique	0,0	0,0	0,0	0,0
Portugal	0,4	0,3	0,6	0,5
São Tomé Príncipe	0,0	0,0	0,0	0,0
Timor-Leste	n.d	0,0	n.d	0,0
União Europeia	37,3	33,7	37,1	34,3
Zona Euro	29,1	26,2	28,0	25,8
G8	47,2	35,7	50,4	39,6
G20	62,5	59,7	64,4	61,8
CPLP	1,4	2,0	1,5	1,8
Mundo	100,0	100,0	100,0	100,0

- O peso dos mercados CPLP no mercado mundial é pouco significativo.
- As exportações totais da CPLP rondavam os 2% do total mundial em 2010.
- As importações representavam 1,8% do total mundial em 2010.
- Grande parte dessa percentagem é garantida pela pujança do Brasil.

Geoeconomia Lusófona



Vantagens:

- Há mecanismos privilegiados de diálogo político que podem continuar a conferir um impulso real às relações económicas entre lusófonos.
- Os diferentes processos de integração regional são resposta à pressão da economia global. Não tem de ser um factor negativo, pode ser complementar porque oferece uma *janela de oportunidade aos países que não se deixam limitar pela geografia* e cooperam entre si.

Outros factores favoráveis aos fluxos comerciais e de investimento:

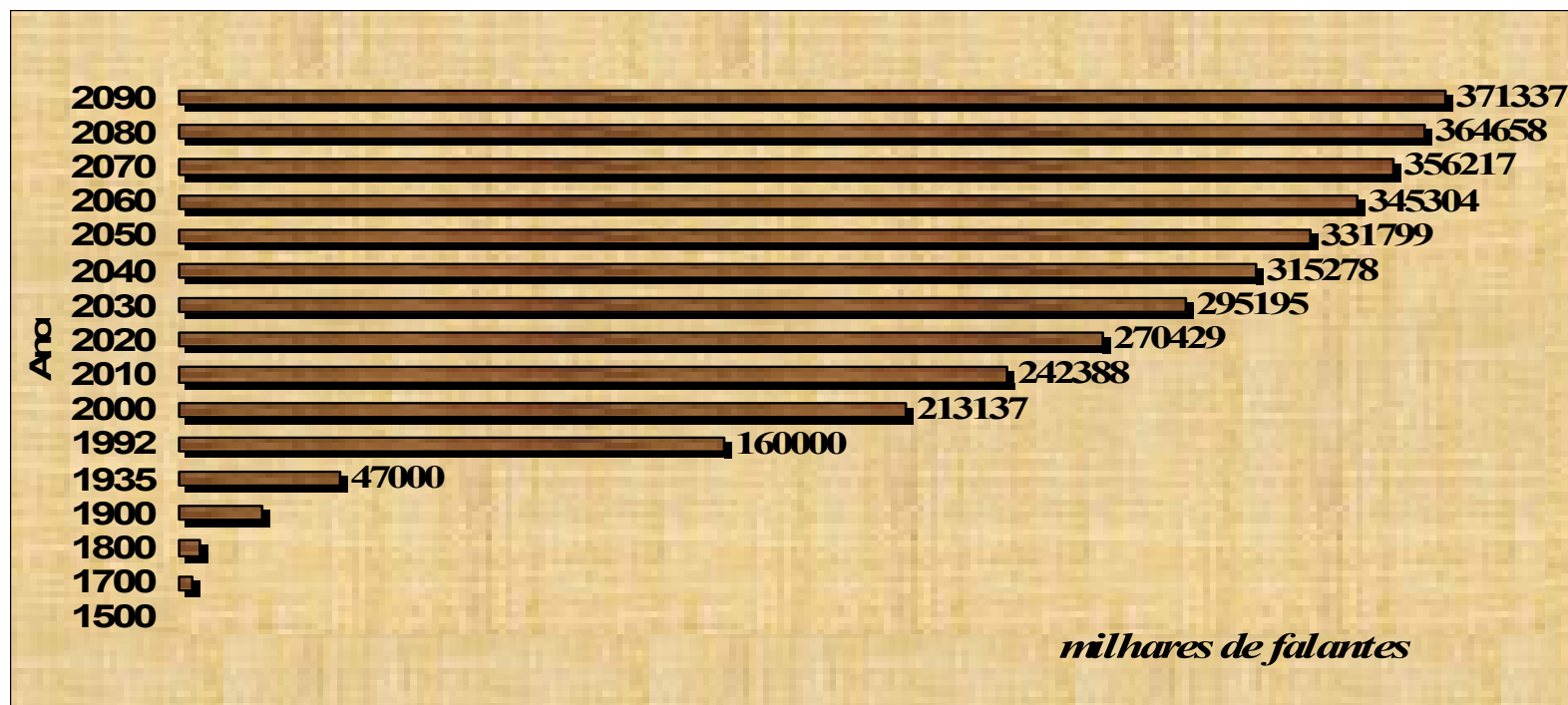
- idioma comum
- afinidades histórico-culturais, multiculturalismo
- a existência da CPLP
- experiência das empresas nos países de destino.

Geoeconomia da Língua

Português Enquanto Língua de Negócios

Gráfico: Nº de falantes de Português (1500-2090)

Fontes: Observatório de Língua Portuguesa e Banco Mundial



Previsão de 270 milhões de lusófonos em 2020.

Seremos perto de 400 milhões em 2100.

Potencial económico do Português enquanto língua de negócios é enorme!¹²



Geoeconomia da Língua

- ❖ O pragmatismo dos agentes económicos não se comove com proteccionismos ou discursos emocionais a favor de idiomas.
- ❖ No mercado de trabalho, as línguas são escolhidas em função da sua utilidade.
- ❖ Mas os consumidores preferem comunicar com quem fale ou escreva na sua língua.
- ❖ É possível que a Internet esteja a conectar um número crescente de pessoas que privilegiam sítios (sites) escritos na sua língua materna.
- ❖ O português é uma “Língua Universal”.
- ❖ O português seja uma língua de trabalho, com potencialidades à escala global.
- ❖ Abre um mercado de potencialidades para as empresas e estabelecimentos de ensino, confere emprego a profissionais ligados à tradução, ensino e comunicação.
- ❖ O Português facilita as trocas, porque negociar é também comunicar.

Geoeconomia Lusófona



No que concerne especificamente aos **fluxos de comércio e de IDE:**

- Os fluxos de comércio são ainda pouco significativos e pouco representativos das reais capacidades de interacção entre mercados lusófonos (entre 1,5% e 2% do total do comércio mundial).
- Ao nível dos investimentos a intensidade dos fluxos é maior. Não é apenas Portugal que investe noutros mercados lusófonos.
- O Brasil também se projecta na Europa e em África, inclusive em Angola e em Moçambique.
- Mais recentemente, Angola começou a investir em Portugal e a preparar projectos para expandir interesses empresariais no Brasil.
- **Portanto, as potencialidades existem e vão-se desenvolvendo. Mas ao nível dos resultados, os avanços registam-se paulatinamente.**

PORTUGAL: COMÉRCIO INTERNACIONAL DE BENS

Actualizado em 11 Outubro 2011

COMÉRCIO INTERNACIONAL - BENS		2008	2009	2010	Var. 2010/09	2010 Jan/Ago	2011 Jan/Ago	Var. 11/10 Jan/Ago
Exportações totais bens	Meur	38.847	31.697	36.762	16,0%	23.722	27.669	16,6%
Exportações bens UE27		28.904	23.892	27.573	15,4%	17.775	20.740	16,7%
Exportações bens Extra UE27		9.943	7.804	9.189	17,7%	5.947	6.929	16,5%
Exportações bens UE27	% Total	74,4%	75,4%	75,0%	--	74,9%	75,0%	--
Exportações bens Extra UE27		25,6%	24,6%	25,0%	--	25,1%	25,0%	--
Exp. Bens - Clientes 2011 (Jan/Agosto)	% Total	Var. 11/10	Exp. Bens - Var. Valor (11/10)		Meur	Cont. p.p.		
Espanha	25,4%	11,4%	Alemanha		742	3,1		
Alemanha	13,7%	24,4%	Espanha		719	3,0		
França	12,3%	20,3%	França		573	2,4		
Reino Unido	5,0%	5,7%	Países Baixos		212	0,9		
Angola	4,9%	16,5%	Angola		191	0,8		
Países Baixos	4,2%	22,3%	Itália		171	0,7		
Itália	3,8%	19,6%	Antigua e Barbuda		-22	-0,1		

Exp. Bens - Extra UE 2011 (Jan/Agosto)	% Total	Var. 11/10
Angola	19,5%	16,5%
EUA	13,5%	6,3%
Brasil	5,2%	35,8%
Mexico	4,2%	10,3%
Argélia	3,7%	98,6%

Fonte: AICEP
(INE e Banco de Portugal)

PORTUGAL: RELACIONAMENTO ECONÓMICO COM ANGOLA
COMÉRCIO DE BENS

BALANÇA COMERCIAL	2006	2007	2008	2009	2010	Var % ^a 06/10	2010 Jan/Ago	2011 Jan/Ago	Var % ^b 10/11
Exportações	1.210.189	1.684.325	2.261.264	2.242.450	1.914.833	14,5	1.162.094	1.353.406	16,5
Importações	52.749	369.378	407.996	151.089	563.452	205,2	448.359	572.767	27,7
Saldo	1.157.440	1.314.947	1.853.268	2.091.361	1.351.381	--	713.735	780.639	--
Coef. Cob.	2294,2%	456,0%	554,2%	1484,2%	339,8%	--	259,2%	236,3%	--

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

OPERADORES ECONÓMICOS	Unid.	2006	2007	2008	2009	2010
Exportadoras para Angola	Nº Empresas Portuguesas	9.428	9.749	10.130	7.875	7.132
Importadoras de Angola		131	139	167	130	136

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

PORTUGAL: RELACIONAMENTO ECONÓMICO COM O BRASIL
COMÉRCIO DE BENS

BALANÇA COMERCIAL	2006	2007	2008	2009	2010	Var % ^a 06/10	2010 Jan/Julho	2011 Jan/Julho	Var % ^b 10/11
Exportações	254.642	258.186	319.807	294.500	440.171	16,7	230.747	312.972	35,6
Importações	1.232.969	1.381.192	1.363.316	887.528	1.046.500	-1,6	599.810	881.657	47,0
Saldo	-978.327	-1.123.006	-1.043.509	-593.028	-606.329	--	-369.063	-568.686	--
Coef. Cob.	20,7%	18,7%	23,5%	33,2%	42,1%	--	38,5%	35,5%	--

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

Unidade: Milhares de euros

OPERADORES ECONÓMICOS	Unid.	2006	2007	2008	2009	2010
Exportadoras para o Brasil	Nº Empresas Portuguesas	1.087	1.306	1.297	1.089	1.302
Importadoras do Brasil		2.914	2.633	2.208	1.533	1.404

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

PORTUGAL: INVESTIMENTO DIRECTO COM O EXTERIOR; PREVISÕES ECONÓMICAS

INVESTIMENTO DIRECTO - IDE	2008	2009	2010	Var. 2010/09	2010 Jan/Jul	2011 Jan/Jul	Var. 11/10 Jan/Jul
IDE bruto	35.287	32.018	35.099	9,6%	21.013	20.065	-4,5%
IDE desinvestimento	32.103	30.070	34.002	13,1%	19.078	17.878	-6,3%
IDE líquido	3.185	1.948	1.097	-43,7%	1.936	2.187	13,0%
IDE Intra UE	31.690	29.430	30.380	3,2%	17.984	17.734	-1,4%
IDE Extra UE	3.597	2.588	4.719	82,3%	3.029	2.332	-23,0%

Unidade: Milhões de euros

IDE Intra UE	89,8%	91,9%	86,6%	--	85,6%	88,4%	--
IDE Extra UE	10,2%	8,1%	13,4%	--	14,4%	11,6%	--

% Total IDE bruto

IDE bruto - Origens 2011 (Jan/Julho)	% Total	Var. 11/10	IDE bruto-Sector 2011 (Jan/Jul)	% Total	Var. 11/10
Espanha	19,9%	48,9%	Comércio	44,7%	14,3%
França	17,8%	4,5%	Ind. transformadoras	24,3%	11,7%
Reino Unido	15,3%	-3,0%	Act. financeiras e de seguros	10,4%	-57,9%
Países Baixos	13,8%	41,1%	Act. informação e comunicação	6,2%	-16,8%
Alemanha	11,7%	-32,5%	Act. consultoria e técnicas	2,9%	-10,1%

Fonte: AICEP (Out. 2011)
(INE e Banco de Portugal)

INVESTIMENTO DIRECTO - IDPE	2008	2009	2010	Var. 2010/09	2010 Jan/Jul	2011 Jan/Jul	Var. 11/10 Jan/Jul
IDPE bruto	11.376	7.770	6.866	-11,6%	3.584	8.077	125,4%
IDPE desinvestimento	9.505	7.182	13.191	83,7%	2.028	3.806	87,7%
IDPE líquido	1.872	588	-6.325	-1176,2%	1.556	4.271	174,5%
IDPE Intra UE	8.380	5.500	3.932	-28,5%	1.911	7.114	272,2%
IDPE Extra UE	2.996	2.270	2.934	29,3%	1.673	963	-42,5%

Unidade: Milhões de euros

IDPE Intra UE	73,7%	70,8%	57,3%	--	53,3%	88,1%	--
IDPE Extra UE	26,3%	29,2%	42,7%	--	46,7%	11,9%	--

% Total IDPE bruto

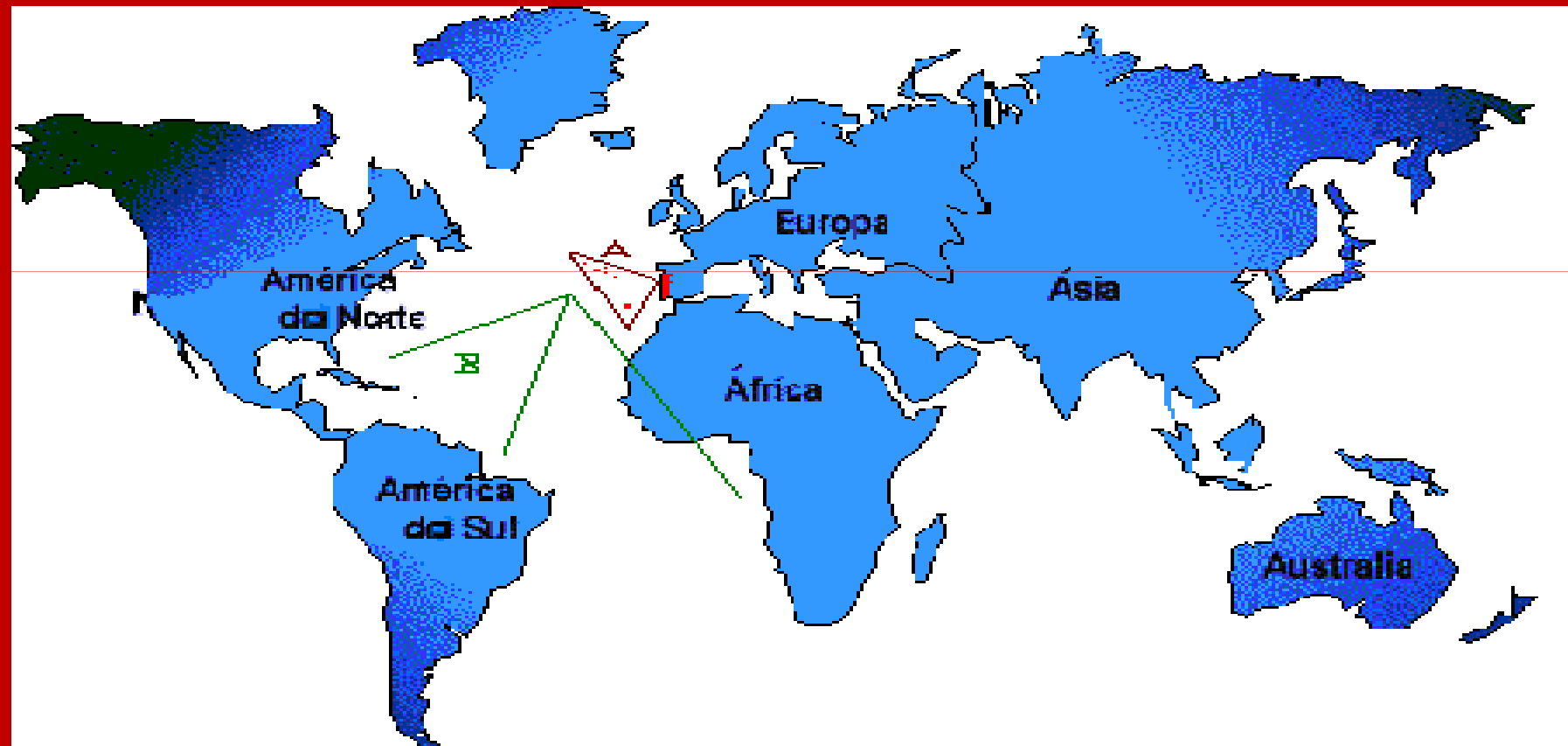
IDPE bruto - Destinos 2011 (Jan/Julho)	% Total	Var. 11/10	IDPE bruto-Sector 2011 (Jan/Jul)	% Total	Var. 11/10
Países Baixos	73,1%	957,5%	Act. financeiras e de seguros	81,1%	214,0%
Espanha	11,0%	81,5%	Electricidade, gás, água	6,4%	1711,7%
Brasil	3,7%	-67,7%	Act. consultoria e técnicas	3,4%	-51,0%
Angola	1,5%	n.d.	Comércio	2,7%	-38,6%
Estados Unidos da América	1,5%	3,6%	Construção	2,4%	9,1%

n.d. - não disponível

Fonte: AICEP (Out. 2011)
(INE e Banco de Portugal)

Geopolítica.

O espaço alargado da lusofonia é uma janela de oportunidades
Portugal só é um país periférico na Europa.
No Atlântico é central.



A: triângulo estratégico nacional (continente, Madeira e Açores).
B: triângulo estratégico atlântico (Europa, África e América).

Perspectiva portuguesa

Como pode o país projectar-se internacionalmente?

Se Portugal parece ter dificuldades:

- em atrair mais IDE.
- em ter uma balança comercial com saldo positivo?



Problemas portugueses:

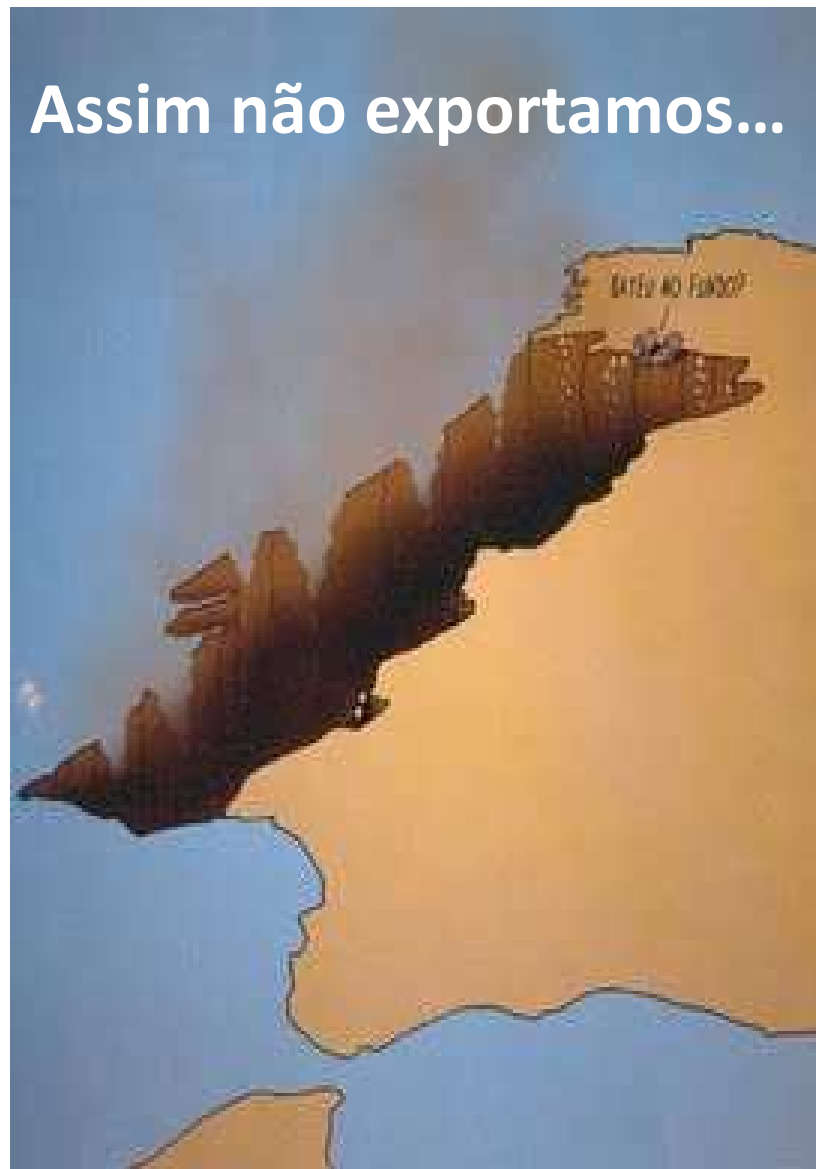
- Falta de visão estratégica sobre o futuro de Portugal, com impacto nas medidas tomadas nos últimos anos.
- Modelo de diplomacia económica discutível. Quantas cabeças lideram o processo?
- Elevado deficit externo
- Elevado deficit das contas públicas
- Queda da credibilidade internacional.
- Um mercado laboral pouco flexível
- Uma administração pública burocrática e ineficiente
- A justiça é lenta. Leis são muitas.



Problemas portugueses:

- Falta de produtividade e de competitividade do capital humano
- Regime fiscal demasiado pesado.
- Pouca liquidez no mercado. Difícil financiamento
- Marcas portuguesas têm dificuldade em penetrar no exterior, sobretudo com “nomes portugueses”
- Os empresários queixam-se da falta de apoio de embaixadas/consulados no seu processo de internacionalização (dizem serviços lentos, desactualizados).

Assim não exportamos...



Quem nos vem salvar?

Sebastianismo,
messianismo luso.
**Expectativa de salvação
miraculosa.**



Merkel e Sarkozy?

Durão Barroso?



Objectivos Estratégicos Portugueses



Apostar num modelo de diplomacia económico :

- estável, prático e adaptável ao séc. XXI.
- que coordene diferentes instituições mas esteja sob a alçada de um único líder, para agilizar e tornar as decisões consistentes.
- não pode resumir-se a discursos mais ou menos vazios de conteúdo.
- deve ser mensurável e eficiente, com objectivos definidos para alcançar resultados positivos no curto, médio e longo prazos.

Objectivos Estratégicos Portugueses

- Diversificar mercados de origem e de destino para diminuir dependência nacional e procurar oportunidades de mercado em economias emergentes.
- Aumentar as exportações
- Atrair mais Investimento Directo Estrangeiro com incentivos à localização, mas exigindo contrapartidas para evitar a deslocalização.
- Desburocratizar.
- Diminuir a carga fiscal.
- Apostar na inovação e na competitividade do mercado
(o que é especialmente importante num país herdeiro de 300 anos de inquisição, provincianismo decadente e décadas de ditadura).

Soluções. O que podemos fazer?

- ◆ **A resposta está no mérito**
- ◆ Na união nacional
- ◆ Na industrialização
- ◆ Mais PIB, mais desenvolvimento.
- ◆ Resolver a crise estrutural.
- ◆ Aposta na produção nacional e na credibilidade do país no exterior.
- ◆ Complementaridade europeia com diversificação dos mercados (incluindo o espaço da Lusofonia).
- ◆ Mais exportações e IDE.
- ◆ Geopolítica com visão estratégica de futuro.



**Há futuro para além da crise!
As crises são oportunidades
Que esta seja a oportunidade para voltarmos
a acreditar em Portugal!**



**Obrigada.
Fim da apresentação**