



negócios **mais.**
edição especial

Este suplemento é parte integrante do Jornal de Negócios nº 2239, de 24 de Abril de 2012, e não pode ser vendido separadamente

✓ **ALBERTO CASTRO**
Perigo protecionista
ao substituir importações

✓ **EXPORTADORAS**
Grandes financiam-se
no mercado internacional

VEJA MAIS EM NEGOCIOS.PT



Portugal mais global “é o caminho para sair da crise”

Líder da AICEP marcou a conferência do Negócios ao defender que “austeridade não é incompatível com competitividade”

Perante uma plateia de 130 pessoas, o presidente da AICEP, Pedro Reis, o economista Alberto Castro e representantes de grandes exportadoras e empresas de futuro traçaram vias de crescimento para Portugal. Aconteceu na terceira edição da conferência “Portugal Global”, uma iniciativa do Negócios e da CGD, que teve lugar no hotel Sheraton, no Porto.

negocios

Caixa Geral
de Depósitos

3ª Edição Conferência
Portugal Global



Portugal Global

PEDRO REIS, PRESIDENTE DA AICEP

“Austeridade não é incompatível com competitividade”

“É possível que sejam pedidos sacrifícios dolorosos”, mas a internacionalização é o único “caminho para sairmos desta crise”, defendeu o líder da AICEP na “Portugal Global”

RUI NEVES

ruineves@negocios.pt

“Portugal enfrenta um momento decisivo na sua História, a hora da verdade de toda uma geração.” Na conferência “Portugal Global”, promovida pelo **Negócios**, no passado dia 10, no Porto, o presidente da AICEP (Agência para o Investimento e Comércio externo de Portugal) e autor do livro “Voltar a Crescer”, carregou forte nos traços da radiografia do momento e na sinalética para o futuro da economia nacional.

Começou por admitir “uma realidade que não é possível ignorar”, a de que a austeridade pode bater ainda mais forte. “Durante o período de ajustamento económico e financeiro, em que estamos a construir as bases de um novo modelo económico mais produtivo e competitivo para o País, é previsível que sejam pedidos sacrifícios dolorosos a todos como nação”, alertou Pedro Reis.

Ainda assim, afirmou-se convicto que “sem plano de ajustamento económico e financeiro estaríamos numa situação muito

pior do que a que enfrentamos, porque insustentável e insuportável”, e que “sem as reformas em curso estaríamos a hipotecar o futuro de Portugal e a condenar o presente das nossas empresas”.

Face ao momento “anémico” em que se encontra o consumo público e privado, assim como o investimento público, “é hoje claro para todos” – considerou o líder da AICEP – que “o caminho para sairmos desta crise passa pela internacionalização e pela abertura da nossa economia”. Uma via com duas faixas para o exterior e outra no sentido inverso: “captação de investimento externo, internacionalização das nossas empresas e aumento das suas exportações”.

Pedro Reis aproveitou então a ocasião para mostrar a sua satisfação com os últimos dados do INE, divulgados no dia anterior, “que confirmam a boa prestação das nossas exportações de bens nos dois meses de Janeiro e Fevereiro, que registaram um crescimento de 13,3%” face ao mesmo período do ano passado. Um crescimento de dois dígitos que

levou Reis a proferir a frase que marcou a conferência, ao defender que a esta performance prova que “austeridade não é incompatível com competitividade”.

Para o presidente da AICEP, estes resultados representam “um sinal claro para a comunidade internacional de que a economia portuguesa tem capacidade de afirmação nos mercados externos e de que está a conseguir enfrentar este momento de adversidade desbravando novos caminhos de crescimento, desta feita saudáveis e sustentáveis” (ver textos ao lado).

Após ter apontado alguns eixos em que assenta a “proposta-valor” de Portugal enquanto destino de investimento directo estrangeiro, Reis considerou então ter traçado “o caminho para Portugal reconquistar o seu futuro e assegurar um novo e importante papel” numa economia globalizada. “Assim nos entendamos no essencial e nos foquemos no importante, o que às vezes parece pedir muito neste nosso País que anda há tanto tempo desencontrado de si próprio.”



Pedro Reis | “O caminho para sairmos desta crise e, acima de tudo, para

Portugal enfrenta a hora da verdade de toda uma geração.

PEDRO REIS

Presidente da AICEP

AICEP CONSOLIDA

Austeridade não impede aumento das exportações

Os últimos números do INE sobre comércio externo, “que confirmam a boa prestação das nossas exportações de bens nos dois meses de Janeiro e Fevereiro, que registaram um crescimento de 13,3%” face ao mesmo período do ano anterior, provam, no entender de Pedro Reis, que “austeridade não é incompatível com competitividade”. Mais: 28% do total das vendas ao exterior são para os mercados fora da União Europeia, “o que solidifica a aposta clara da AICEP na importância da diversificação geográfica das nossas exportações”, enfatizou o presidente da agência.



reinventarmos o nosso modelo económico, passa pela internacionalização e pela abertura da nossa economia.”

DESBRAVA NOVOS CAMINHOS, E ANTEVÊ “BIG BANG” ENTRE PORTUGAL E A CHINA

Conseguir “desbravar” novas vias de crescimento

Nos primeiros dois meses do ano, no “top 10” dos países clientes de Portugal com maior crescimento em valor, sete são extra-comunitários. Para Pedro Reis, estes resultados constituem “um sinal claro para a comunidade internacional de que a economia portuguesa tem capacidade de afirmação nos mercados externos e de que está a conseguir enfrentar este momento de adversidade desbravando novos caminhos de crescimento, desta feita saudáveis e sustentáveis”. Há assim que “concentrar todos os esforços no apoio às empresas que já são exportadoras e àquelas que têm capacidade de internacionalização”.

Na rota do Qatar e dos Emirados Árabes Unidos

“Sem menosprezar o aprofundamento dos actuais mercados tradicionais onde ainda há muito por explorar”, a AICEP abriu três novas representações no exterior, que vão apoiar as empresas lusas em mercados com taxas de crescimento estimadas de 5%: na Colômbia, Peru, Índia e nos Emirados Árabes Unidos. Esta última, que irá também cobrir a Arábia Saudita e o Qatar, funcionará ainda “como antena para a atracção de investimento” desta região. A AICEP organizou “a vinda exploratória” de um grupo de investidores do Qatar e prepara uma outra oriunda dos Emirados.

Atracção chinesa à boleia da EDP e da REN

O Magrebe e a África subsaariana, com Angola e Moçambique em destaque, são outros “focal point” a explorar nos próximos anos”, assim como os Estados Unidos, o México e a Turquia. Quanto à Ásia, o líder da AICEP está “convencido que a China irá encarnar uma realidade nova da qual vamos beneficiar por muitas décadas”. Reis defendeu que “as recentes tomadas de participação na EDP e REN podem constituir um verdadeiro ‘big bang’ para a aproximação entre os dois países, arrastando novo investimento chinês para Portugal, além de abrir novas oportunidades para as nossas empresas no mercado chinês”.

Maior penetração na Polónia, Áustria e Hungria

Na leitura que a AICEP faz “do panorama e morfologia das nossas exportações”, Pedro Reis defendeu que “existe potencial por explorar no mercado europeu, sobretudo em países limítrofes e geograficamente próximos daqueles para onde exportamos e ontem já temos uma presença significativa”. O presidente da AICEP referiu, designadamente, “mercados como a Polónia, a Áustria ou a Hungria, vizinhos do mercado alemão e francês onde já temos um largo histórico de exportação, e onde, portanto, vale a pena fazer um esforço adicional de penetração”.

Álvaro com Portas duplica presença internacional

Ao abrigo do novo modelo de diplomacia económica, a AICEP está “presente em praticamente o dobro dos mercados em que actuava antes de funcionar mais directamente na órbita do Ministério dos Negócios Estrangeiros em articulação próxima com o Ministério da Economia”, garantiu Pedro Reis. “Se antes tínhamos delegados em cerca de 40 mercados, agora estamos presentes em cerca de 80, dado que os embaixadores e cônsules de Portugal no exterior passaram a trabalhar em estreita coordenação com a AICEP em tudo o que diz respeito a matérias de índole económica e comercial”, explicou.

Portugal Global

CONFERÊNCIA

Alberto Castro alerta para perigo proteccionista ao substituir importações

Nem todas as exportações são iguais, que só serão o “motor” do crescimento se houver elevada incorporação nacional

ANTÓNIO LARGUESA
alarguesa@negocios.pt

Medidas proteccionistas, mesmo visando a substituição de importações, podem ser um “erro absoluto”, alerta o economista Alberto Castro. É que, se por um lado, “não pode ser ignorado” o desequilíbrio da balança comercial, por outro, “a prioridade ao que é nacional só pode ser concedida, sobretudo numa altura de crise, se for competitiva com o que vem de fora”.

Isto porque, argumentou durante a conferência “Portugal Global – Empresas Exportadoras”, organizada pelo **Negócios** e pela Caixa Geral de Depósitos, “os mais prejudicados serão sempre os mais desfavorecidos, que não se podem dar ao luxo de comprar português se for mais caro”. Para estes bens e serviços menos expostos à concorrência internacional, Alberto Castro avisa que é preciso aumentar a concorrência interna e também aprofundar o quadro regulatório e concorrencial para controlar os preços.

Ainda no plano das importações, o economista lembrou que “há cinco ou seis sectores que são responsáveis por mais de 70% das importações totais”, pelo que as questões que devem ser colocadas são se “há margem para as substituir, quais as prioridades e se temos recursos e competências para isso”.

Na mesma conferência, realizada no Porto, o economista sublinhou que “exportar apenas não basta”, sendo “sobretudo necessário fazê-lo com uma alta incorporação nacional, que seja ao mesmo tempo competitiva”. “Nem todas as exportações são iguais” e é “preciso acrescentar valor”, acrescentou, lembrando que as empresas que estão ao mesmo tempo no ranking das exportadoras mas também das importadoras não acrescentam esse valor.

Ao longo da sua intervenção, Alberto Castro optou por dar uma “resposta à economista” sobre a preponderância das exportações para sustentar o crescimento económico no momento actual: “depende”. Mesmo reconhecendo o papel que podem ter as exportações na redução do défice externo e no aumento do crescimento económico. “Não temos recursos para dispersar nem para desperdiçar. Não podemos ir a todos os sectores nem ir a todos os mercados. Com mais ou menos retórica, vamos ter de escolher. Adiar estas decisões é simplesmente perpetuar a situação que nos levou até aqui”, alertou o economista, durante a conferência no Porto.

Emergentes não são panaceia

Castro destacou que “os mercados emergentes de repente passaram em alguns discursos a parecer a panaceia” e “dizer que os mercados emergentes são o destino, se não for estrategicamente enquadrado, pode ser um perigoso equívoco”. E lembrou os estudos de correlação entre a especialização dos vários países com a China, que coloca Portugal no topo. “Tal como há 20 anos, quando foi o alargamento a Leste”, recordou, argumentando que mais duas décadas deste modelo serão insustentáveis. Por outro lado, o mercado europeu, mesmo em estagnação, “mantém sectores vibrantes e continua a ser um dos mercados mais sofisticados” para ser destino dos produtos nacionais.

Perante uma plateia de líderes de empresas exportadoras, deixou um elogio às empresas que “não só exportam como se localizam lá fora”. Podendo criar um problema inicial de desemprego, admitiu o economista, a prazo, “o repatriamento de resultado tem um efeito positivo”.

Não podemos ir a todos os sectores e mercados. Com mais ou menos retórica, vamos ter de escolher.

ALBERTO CASTRO
Economista

Concorrência? Em Portugal, o mercado é bom para outros”

 O que pensa Alberto Castro das reformas estruturais em curso, nomeadamente a nova lei da concorrência? “Costumo dizer que em Portugal o mercado só é bom para os outros”, respondeu o economista. “É problema herdado do Salazarismo esta mentalidade corporativista”, que faz com que no “nosso sector arranemos sempre alguma desculpa”. A entrada de empresas estrangeiras pode ajudar, lembrando o sucedido na banca: “abanou quando o Santander entrou em força”. Alertando que este tipo de reformas não produzem resultados automáticos, Castro antecipou que, no que toca à legislação laboral, “nos primeiros anos vai aumentar o desemprego e temos de estar preparados para resolver os problemas sociais que surjam”. A prazo, prosseguiu, “está de algum modo demonstrado que fomentará o emprego e permitirá o acesso dos ao mercado de trabalho por parte dos jovens”, que são, em teoria, os mais bem preparados.



Alberto Castro | Entrada de empresas estrangeiras pode ajudar.

Ricardo Castelo

“Vai ser muito complicado manter este ritmo de crescimento das exportações”

Alberto Castro considera que, “com falinhas mansas”, o Governo de Passos é “mais arrogante” do que o “socrático”

RUI NEVES

ruineves@negocios.pt

É capaz de propor uma só medida que considere crítica para aumentar as exportações e que ainda não tenha sido lançada pelo Governo?

Quando olhamos para o papel vemos que as medidas estão lá todas. Depois o problema está na capacidade de execução, que nós, às vezes, não temos. Acho que é sobretudo isso.

Portugal continua a crescer a dois dígitos nas exportações. É possível manter este ritmo no resto do ano?

Acho que vai ser difícil. Acho que não há uma análise suficientemente cuidada do que é que está a acontecer. Talvez haja alguns epifenómenos, algumas evoluções circunstanciais, que expliquem esta evolução. Mas, sobretudo, mesmo que haja aqui alguma sustentabilidade, acho muito complicado manter este ritmo, porque os nossos principais mercados de destino estão a apresentar fragilidades...

Não acredita que o forte crescimento que ocorre nas exportações para os chamados mercados emergentes possa, de alguma forma, compensar a fragilidade registada nos tradicionais?

Não. Para já, porque dois terços, ou três quartos, das exportações ainda continuam a registar-se fora dos mercados emergentes, sendo que estes também têm o seu limite. Diria que “so far, so good”, mas aconselharia prudência em termos de perspectivas. Porque algumas das exportações podem ser de casos pontuais – vendas de outro, aumento das de combustíveis, as quais, sendo importantes, não se refletem depois em termos de crescimento, pois têm uma margem de valor acrescentado relativamente diminuta. O que nos interessa é que as exportações sejam o motor de crescimento, sendo que este pode

ser um motor que não tem grande força porque não tem muito valor acrescentado.

É um conhecido defensor das causas do Norte. Acha que o Governo está a tratar mal a região?

A região Norte ouve os elogios, mas, a seguir, vê o que o Governo fez, ou, pior, o que não fez – este protelar das nomeações das administrações do Metro, da STCP, da APDL, da CCDRN, da Casa da Música, do arrastar da SRU, enfim, todo este arrastar de pés leva a que a região desconfie. Porque o que se promete são apenas palavras. Talvez o Norte, neste caso concreto, tenha mais instituições dependentes do Governo central do que algumas outras regiões que não Lisboa, e, portanto, que isto acabe por ser o reflexo de uma certa inércia governamental. Há eventualmente aqui de um centralismo até quase cultural, de alguma arrogância de que esses problemas virão a ser resolvidos...

Arrogância?

Há várias formas de arrogância: havia a socrática e há outra, em que se pode ser ainda mais arrogante, com falinhas mansas e lentas, quando se tem a presunção intelectual de que se tem a solução. E este é meio caminho andado para que as coisas não funcionem bem.

Acha que é isso que está a acontecer com este Governo?

Eu temo que possa estar a haver uma obsessão com a contabilidade e que prejudica as outras dimensões, ao ter uma visão quase mecânica das coisas; “As reformas vão-se operar e daqui a três anos estará tudo bem.” Penso que é preciso gerir esta transição e dá-me a sensação que alguns dos “timings” falharam completamente. E isto cria mal-estar, desconfiança, e perde-se assim um certo “élan” que estava a existir.

‘So far, so good’ [no crescimento das exportações], mas aconselharia prudência em termos de perspectivas.

A região Norte ouve os elogios, mas, a seguir, vê o que o Governo fez – ou, pior, o que não fez.

ALBERTO CASTRO
Economista

Portugal Global

‘Case studies’: empresas portuguesas do futuro

Do design ao ambiente, passando pelas tecnologias e retalho, cinco empresas nacionais de pequena dimensão e ambição grande partilharam com a plateia os seus projectos, as “dores” do crescimento e também a estratégia adoptada para tornarem o seu negócio cada vez mais internacional.

Design para os mercados maduros

A Munna, empresa de design de mobiliário, foi criada em 2008 “sempre com o objectivo da internacionalização”, conta a CEO, Paula Sousa. O mercado nacional só absorve 5% do produto e a aposta em termos de internacionalização está focada nos mercados maduros, sobretudo na Europa. Esta empresária de Leça do Balio “vendeu” à plateia o design como uma “ferramenta de gestão” e resume o sucesso alcançado até agora à “persistência da equipa” que lidera. Em 2008, a conceituada revista britânica Interior Designs for Professionals



Paula Sousa

As peças criadas pela CEO da Munna podem ser apreciadas em hotéis de todo o mundo.

publicou uma peça desta empresa na capa e elegeu uma das criações de Paula Sousa com uma das melhores do ano.

Valorizar resíduos em Marrocos

A AmbiPombal é uma empresa de gestão de resíduos industriais, cuja “internacionalização passa pela instalação noutros países de unidades de valorização de resíduos semelhantes à que tem em Portugal”, conta o administrador, Adelino Mendes. Em Junho do ano passado, concretizou a compra de 80% de uma empresa em Marrocos, recorrendo a capitais próprios, e está já a pensar em conquistar outros mercados. As condições para poder reforçar a implantação no estrangeiro são a dinâmica empresarial nesses países (porque a



Adelino Mendes

Administrador da empresa AmbiPombal diz ser uma “mais-valia” conhecer bem o mercado de destino.

empresa trabalha essencialmente com a indústria transformadora) e também a legislação ambiental que é aplicada nesses mercados.

INTERNACIONALIZAÇÃO

Grandes exportadoras estão a financiar-se no exterior

Traz ganhos de competitividade e liberta liquidez para PME que vendem fora

ANTÓNIO LARGUESA

alarguesa@negocios.pt

As grandes empresas exportadoras e envolvidas em projectos de internacionalização estão a privilegiar a busca de financiamento junto da banca estrangeira e, em particular para algumas geografias, nos bancos dos países onde estão a lançar os novos investimentos. Numa fase em que o custo dos empréstimos está mais elevado em Portugal, os empresários valorizam os ganhos de competitividade com esta opção, que, ao mesmo tempo, permite libertar liquidez para as empresas de menor dimensão que queiram seguir os passos destas empresas nos mercados externos.

O painel de “consagrados” que participou na conferência “Portugal Global – Empresas Exportadoras”, organizada pelo **Negócios** e pela Caixa Geral de Depósitos, deu novos rostos à tendência, que foi também divulgada recentemente por outras grandes empresas com vocação internacional, como a Sonaecom e a Mota-Engil. Esta última já deu mesmo instrução às equipas espalhadas pelo mundo para que as obras internacionais só avance com

financiamento dos bancos locais, para reduzir o endividamento e a exposição à banca nacional.

O presidente da A. Silva Matos, uma empresa histórica da metalomecânica que desde 2006 passou a investir também nas energias renováveis – representam já metade da facturação, que totaliza 60 milhões de euros –, anunciou o projecto “de uns milhões” numa unidade industrial “num país do Magrebe”, sem o identificar. Será financiado em 50% por capitais próprios, o restante por capitais alheios.

De quem? “De um banco local. Aliás seria erro crasso investir dinheiro europeu num país africano, ainda por cima as taxas são melhores lá”, respondeu Adelino da Silva Matos. Até porque, sublinhou ainda o empresário de Sever do Vouga, “quanto menos dinheiro for de Portugal e das nossas empresas [para os projectos internacionais], melhor”.

O líder mundial da cortiça – um negócio “relativamente imune à crise”, como comprova a facturação a crescer anualmente a dois dígitos – está também a diversificar as fontes de financiamento, mesmo que “desculpe” a subida do custo de financiamento da banca nacional por es-

tar condicionada ao risco do País. “Da pouca dívida que temos, já pouca reside em Portugal”, disse Victor Ribeiro, CEO da Amorim & Irmãos, sustentando que consegue financiar-se “mais barato” junto da banca estrangeira e que isso constitui “um factor de competitividade”.

Duplicar produção de microalgas

Na mesma conferência, Vítor Verdelho Vieira explicou o caso das empresas que, vendendo quase em exclusivo para os mercados internacionais – exceptuando “uns quilos de algas” vendidos ao Oceanário, “99,9% [da produção] vai para fora”, sobretudo França e Espanha –, não têm acesso facilitado aos mercados de capitais internacionais.

Em 2011, relatou o presidente, a Necton investiu 800 mil euros para duplicar a capacidade de produção, tendo-o financiado através da Caixa. A firma algarvia da área da biotecnologia marinha, que produz e comercializa sal marinho tradicional para 35 países, e microalgas para as grandes multinacionais de cosmética e acupuntura, é o “modelo” de empresas que o banco público garante estar a privilegiar no acesso a financiamento [ver ao lado].

Quanto menos dinheiro for de Portugal, e das nossas empresas [para os projectos internacionais], melhor.

ADELINO DA SILVA MATOS

Presidente da A. Silva Matos



Financiamento | A CGD sublinha a

Dos canais de compras às vendas

Criada em meados do ano passado, a Idealbuy ajuda os seus clientes, sobretudo pequenas e médias empresas, a “proporcionar eficácia no processo de compras” das empresas. Entretanto juntou à área do “procurement” e negociação a da promoção de produtos nacionais (vinhos, azeites, calçado, materiais de construção...) através dos canais de distribuição que entretanto criaram, contou o CEO, Carlos Melo. Nesta área trabalham com os países da Escandinávia e também em África, nomeadamente em Angola. De forma “mais espontânea”, acrescentou o empresário, estão



Carlos Melo
O CEO da Idealbuy, diz ser essencial ter parceiros locais para ajudar a “diminuir as barreiras” à entrada num país.

também na China e no Japão. Carlos Melo diz que tanto nos mercados emergentes como nos maduros, “é essencial ter parceiros adequados em cada um deles para conseguir diminuir as barreiras à entrada”.

Retalho “sexy” em qualquer língua

Start-up criada em Maio do ano passado, a Inovretail propõe-se a “melhorar o ambiente de loja e a criar experiências de compra mais atractivas para o consumidor que tragam retorno aos retalhistas”, que são os seus clientes, explica o CEO, Marco Soares. A exportação vale 40%, atestando o líder da empresa que a estratégia de internacionalização está pensada desde o início para a Europa e mercado único, para evitar dificuldades logísticas e burocráticas. “Este ano já temos propostas de países como o Brasil e vamos para os mercados que os



Marco Soares
O CEO da Inovretail diz que esta “start-up” do Porto está disposta a ir para qualquer mercado.

clientes quiserem”, diz. A “lição” deixada é que teve de “avançar por sua conta e risco”, desde a elaboração do plano, a procura de investidores e a superação das burocracias.

Sem “filmes”, dá filmes no mundo

A Arqui300 é uma pequena empresa que factura anualmente dois milhões de euros “mas já dá muitas dores de cabeça”, brinca o administrador, Nuno Mesquita. Dedicar-se à produção de filmes e imagem 3D para os mercados imobiliário, turístico, institucional e publicitário e vende em 25 países, da Europa, África, América e Médio Oriente. A AICEP, que alterou recentemente a presidência e é agora liderada por Pedro Reis, tem prestado uma “grande ajuda” na busca de parceiros para entrar nos diferentes mercados.



Nuno Mesquita
Administrador da Arqui300 lembra que o grande impulso lá fora chegou em 2004, ao ir para o Bahrein.

Além de ter um bom produto, sublinha o empreendedor, é preciso “capacidade de resposta para competir com o concorrente local”.

Ricardo Castelo



FINANCIAMENTO

Caixa lembra que é decisivo entrar com capitais próprios

Há liquidez para apoiar as firmas exportadoras, mas é importante que “o empresário também arrisque no projecto”

ANTÓNIO LARGUESA
alarguesa@negocios.pt

Diz o slogan que “há mais na Caixa do que você imagina”. Sobretudo para as empresas exportadoras, que têm prioridade quando batem à porta do banco público para se financiar. No entanto, advertiu o director central do gabinete de Comércio Externo e Bancos Correspondentes, Luís Rego, “é decisivo que o empresário também arrisque no projecto”, pelo que “ter capitais próprios é importante”.

Os 30% de capitais próprios envolvidos num projecto continuam a ser o indicador que normalmente surge, podendo variar essa percentagem caso se trate de uma empresa industrial ou comercial. Mas o responsável da Caixa frisou que o envolvimento do empresário passa também pela aferição da “própria viabilidade do negócio e da aceitação do produto no mercado”. “É evidente que nos projectos inovadores em mercados onde a em-

presa não opera, tem de ser bem fundamentada [a opção] para avaliarmos a viabilidade”, acrescentou o responsável, perante uma plateia de empresários do Norte.

Durante a conferência “Portugal Global – Empresas Exportadoras”, organizada pelo **Negócios** em parceria com o banco público, o director da CGD disse ainda que, se estiver a analisar duas propostas semelhantes, vai “privilegiar o projecto de exportação”. É que, apontou Rego, as exportações são também um “imperativo estratégico” para o banco, pois é nas empresas que vendem fora do País que “está o negócio com potencial de crescimento, as empresas dinâmicas e os melhores riscos”.

Além da disponibilização de fundos, a Caixa diz ter também “um leque de soluções” para apoio à capacidade exportadora e de internacionalização. Uma delas, exemplificou, é ajudar as empresas a gerir os riscos, nomeadamente nos mercados emergentes, quer sejam políticos, comerciais ou de transferência de fundos, por qualquer alteração de regras. A assinatura de um banco português, após acordo com instituições financeiras locais, pode bastar para eliminar esses riscos.



**Caixa Geral
de Depósitos**

**Caixa
Empresas**

www.cgd.pt/empresas
707 24 24 77
8/22h
todos os dias do ano

APOIO À EXPORTAÇÃO

Exportar é para quem tem experiência e competência no conhecimento dos mercados. Com a maior presença internacional e gestores que conhecem a fundo os principais mercados, a Caixa desenvolveu um conjunto de ferramentas e soluções que permitem às empresas portuguesas exportar com confiança. Por isso, é o parceiro ideal para fazer do que se produz em Portugal um sucesso lá fora.

Informe-se numa Agência ou Gabinete Caixa Empresas.

**Há um banco que mexe e faz mexer o país.
A Caixa. Com Certeza**