

A IMPORTÂNCIA DO ESPAÇO LATINO-AMERICANO NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PMEs PORTUGUESAS

André Brás-dos-Santos

Bras_dos_santos.a@hotmail.com

Doutorando em História pela Universidade Autónoma de Lisboa (UAL, Portugal), Mestre em Desenvolvimento e Cooperação Internacional e Licenciado em Gestão. Colaborador do Centro de Investigação em Ciências Históricas (CICH) e do Centro de Estudos de História Empresarial (CEHE) da Universidade Autónoma de Lisboa (UAL). Tem tido uma ligação às PMEs portuguesas e à internacionalização do tecido empresarial português por via profissional e da investigação universitária. Geriu um projeto ligado à "Rede PME Inovação" da COTEC Portugal, esteve presente em várias missões empresariais através da Associação de Jovens Empresários Portugal-China, foi consultor do sector agroindustrial.

Joaquim Ramos Silva

jrsilva@iseg.ulisboa.pt

Professor Catedrático, Instituto Superior de Economia e Gestão, Universidade de Lisboa (Portugal). Doutor em "Analyse et Politique Économiques" pela École des Hautes Études en Sciences Sociales, Paris. Membro do SOCIUS/CSG – Ciências Sociais e Gestão, um Centro de Investigação FCT. A sua pesquisa tem focado vários tópicos da economia internacional e realizou estudos sobre as economias global, europeia, portuguesa e brasileira com ênfase no processo de internacionalização das empresas e no desenvolvimento e caracterização das relações económicas entre Portugal e o Brasil. Autor de numerosas publicações, onde se destacam capítulos de livros e artigos em revistas com avaliação de pares, sendo de referir, entre outras, as publicadas em *Tourism Management*, *Business Process Management Journal*, *Journal of Business Economics and Management*, *Journal of Enterprise Information Management*, and *WMU Journal of Maritime Affairs*.

Resumo

À luz da transformação sofrida na última década pela economia portuguesa, onde a internacionalização das empresas portuguesas através das exportações teve um crescimento considerável, reduzindo a importância da procura interna como a principal variável na contribuição para o PIB, este trabalho aborda o papel das PMEs nesta transformação económica, analisando o caso da sua internacionalização para o espaço latino-americano. O estudo baseia-se numa análise empírica dos dados resultantes de um inquérito realizado em 2014, período em que se começou a tornar clara a evolução referida, tendo sido validadas as respostas de 50 PMEs portuguesas internacionalizadas para a América Latina. Por fim, e com foco nesta investigação, o processo foi correlacionado com as principais teorias de internacionalização, abrindo-se caminho para estudos mais aprofundados e metodologicamente fundamentados sobre esta relação com potencial, mas ainda pouco analisada no âmbito da economia portuguesa.

Palavras chave

PMEs, América Latina, Internacionalização portuguesa, Exportações, IDE

Como citar este artigo

Brás-dos-Santos, André; Silva, Joaquim Ramos (2020). "A importância do espaço latino-americano na internacionalização das PMEs portuguesas". *JANUS.NET e-journal of International Relations*, Vol. 11, N.º 1, Maio-Outubro 2020. Consultado [em linha] em data da última consulta, <https://doi.org/10.26619/1647-7251.11.1.6>

Artigo recebido em 7 de Agosto 2019 e aceite para publicação a 10 de Março de 2020





A IMPORTÂNCIA DO ESPAÇO LATINO-AMERICANO NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PMEs PORTUGUESAS

André Brás-dos-Santos

Joaquim Ramos Silva

1. Introdução

A última década apresentou um conjunto de profundas alterações na economia portuguesa, sobretudo considerando os dois marcos mais negativos da recente história económica portuguesa: a crise económica mundial desencadeada em 2008 e o posterior pedido de resgate ao FMI em 2011. Deve ser assinalado que o produto interno bruto português se apresentou recessivo no período de 2010–2015 com um valor próximo de -1%¹. Com efeito, o crescimento económico do país encontrava-se assim em contraciclo relativamente à recuperação verificada na maioria dos países europeus, os quais apresentaram uma taxa média de crescimento, modesta mas efetiva, de 0,6% no mesmo período. Todavia, a partir de 2014, o PIB português retomou gradualmente o crescimento, com destaque para os anos 2016–2018 (respetivamente, 1,9%; 2,8%; 2,2%), chegando mesmo a superar, depois de um longo período de não convergência, a taxa média de crescimento do PIB da União Europeia².

Ainda que as mudanças na economia portuguesa não se tivessem confinado ao setor externo, o processo da última década foi acompanhado por importantes alterações a este nível. Assim, a balança corrente do país registou uma modificação fundamental no seu desempenho, sendo que até ao final da primeira década do séc. XXI, se apresentava claramente deficitária (atingindo mesmo um défice de 10,2% do PIB em 2010), evidenciando um modelo económico assente na expansão da procura interna à base de importações. Ora, a partir de 2013, a economia portuguesa influiu esta trajetória deficitária e exibiu um excedente na balança corrente (que representou 1,6% do PIB em 2013)³, sugerindo uma viragem para um modelo de crescimento apoiado numa internacionalização do tecido empresarial. De 2013 a 2017, a referida balança registou 5 anos consecutivos com superavit, respetivamente, em percentagem do PIB, de 1,6%; 0,1%; 0,1%; 0,6%; 0,5%⁴, valores numéricos pouco significativos, mas assinaláveis do ponto de vista da tendência histórica. É certo em 2013-14, o excedente da conta corrente pode ainda ter resultado da quebra nas importações provocada pela crise e as medidas

¹ Fonte: UNCTAD database 2018 (Gross domestic product: Total and per capita, growth rates, annual, 1970-2016).

² Fonte: Pordata – 2019.

³ Fonte: UNCTAD database 2018 (Balance of payments, Current account balance, annual, 1980-2016).

⁴ Fonte: Pordata – 2019.



que lhe estiveram associadas, mas a sua persistência ao longo de um período mais vasto e conjunturas económicas diversas pode criar condições para mudanças mais estruturais.

Importa sublinhar que, à luz da experiência das últimas décadas, e no sentido de uma aproximação ao modelo existente em economias comunitárias com dimensão comparável, a modificação verificada ao nível da balança corrente (que, aliás, se podia ilustrar a outros níveis das contas externas como a balança de bens e serviços, que melhorou substancialmente o seu saldo, ou da balança financeira; Silva, 2019: 72-3) foi uma das principais transformações da economia portuguesa no período em análise, embora só a prática futura nos possa dizer se se trata de uma viragem estratégica, que reduza os tradicionais estrangulamentos externos. Por outro lado, este processo levou a um aumento da internacionalização por parte do tecido empresarial induzido por fatores conjunturais como a falta de estímulos internos, traduzida em especial pela forte quebra da procura doméstica nos anos 2011-2013, correspondente a -5,5%, -7,3%, -2,5%⁵ respetivamente em termos de variação homóloga (quadro 1) e a falta de crédito que afetou de forma latente a indústria portuguesa, com destaque para as suas Pequenas e Médias Empresas (PMEs)⁵. A este propósito foi salientado como "as estimativas relativas à margem extensiva e intensiva sugerem que uma fração significativa das PME's portuguesas foi afetada por restrições de financiamento. Os resultados sugerem ainda que as empresas mais pequenas e mais jovens foram as mais afetadas" (Farinha e Félix, 2014: 16).

Quadro 1 – Indicadores da economia portuguesa 2010-2018: variação anual da procura interna e das exportações

Anos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PIB (%)	1,9	-1,3	-4	-1,6	0,9	1,8	1,9	2,8	2,1
Contribuição da procura interna no PIB	0,4	-2,9	-7,6	-2,5	0,3	1,1	0,9	1,3	1,3
Contribuição das exportações no PIB	1,5	1,7	3,6	0,9	0,6	0,6	0,9	1,5	0,8
Procura interna variação anual (%)	1,9	-5,5	-7,3	-2,5	2,2	2,7	2	3	2,8
Exportações (peso no PIB em %)	30,1	35	38,2	40,3	40,9	41,2	40,7	43,3 (prov.)	44,3 (prov.)

Fonte: Boletim Económico de primavera do Banco de Portugal, anos 2010-2018 e Pordata, tratado pelos próprios autores.

Tendo em conta os objetivos deste artigo, partindo do que foi anteriormente assinalado, importa ir mais além no estudo da internacionalização da economia portuguesa, focando as PME's, visto que estas são um seu pilar fundamental (quadro 2). Sem querermos menosprezar o papel e o potencial das grandes empresas nem a diversidade dentro das PME's, importa realçar que a internacionalização tem um grande impacto no desempenho económico destas empresas, nomeadamente na introdução de novos produtos e serviços nos setores em que se inserem, bem assim como as PME's internacionalizadas têm uma maior propensão para internalizar processos mais ativos de inovação, relativamente às que só atuam no mercado doméstico (European Commission, 2010).

⁵ Consideramos PME's a partir da definição europeia inscrita na recomendação da Comissão 2003/361, a qual integra neste conjunto as empresas que têm menos de 250 trabalhadores, um volume de negócios inferior a 50 milhões de euros, um balanço total inferior a 43 milhões de euros; para um panorama mais detalhado sobre a importância das PME's em Portugal, ver Silva e Simões, 2012: 824.



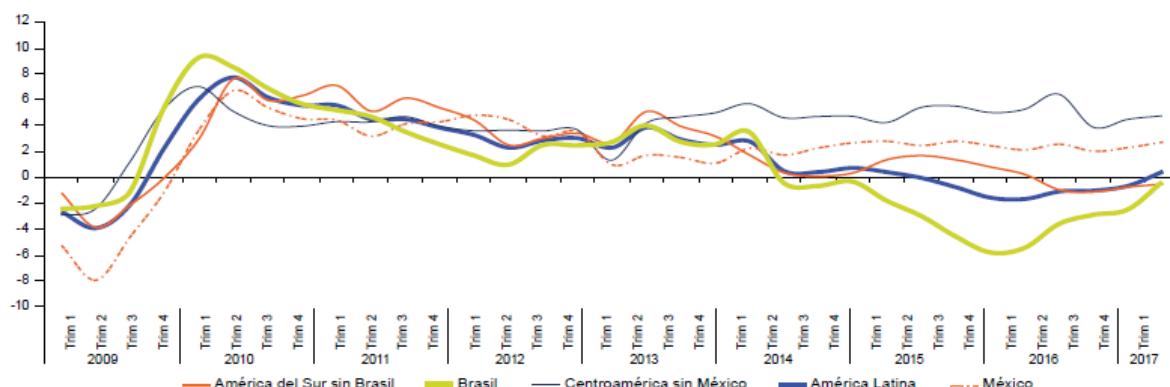
Quadro 2 – Estrutura das PMEs e das Grandes Empresas no tecido empresarial não financeiro português

	Número de Empresas	%	Trabalhadores (N.º)	%	VAB (Milhões €)	%
PME	1 195 064	99,9%	2 957 309	79,8%	54 265	63,5%
Grandes Empresas	1 038	0,1%	747 431	20,2%	31 145	36,5%
Total	1 196 102		3 704 740		85 410	

Fonte: INE - Estatísticas das empresas 2016, e tratado pelos próprios autores.

Este trabalho visa assim aprofundar as investigações que têm vindo a ser efetuadas sobre a internacionalização das empresas portuguesas. Em particular, analisamos aqui a sua orientação para os países latino-americanos (com foco no caso dos países ibero-americanos),⁶ por se tratar de um espaço próximo em termos linguísticos e da partilha histórica com Portugal, e por se ter verificado um incremento do potencial económico desta região desde o começo do século. Por estes fatores, e embora esta região do mundo esteja longe de ser homogénea (gráfico 1), os mercados latino-americanos são importantes para as empresas portuguesas, em especial as PMEs, e mesmo em geral para a economia portuguesa em busca de uma maior diversificação das suas relações externas.

Gráfico 1- Países Latino-americanos: Tendências de crescimento, 2009-2017 (Taxa de variação homóloga do PIB trimestral, entre o 1º trimestre de 2009 e o 1º trimestre de 2017)



Fonte: CEPAL – Panorama Económico y Social de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños, 2017.

Procuramos assim trazer um novo ângulo para a investigação sobre internacionalização das PMEs portuguesas, sabendo que existe uma escassez de estudos sobre a questão da análise das relações económicas externas de Portugal com o espaço Latino-Americano (Silva, 2008), sobretudo se excluirmos o Brasil, bem como os seus resultados são ainda pouco divulgados. Para a construção e validação deste estudo, partimos de um conjunto de questões: Quais as principais dificuldades e exigências que as empresas depararam

⁶ A questão será detalhada adiante, na secção 3. Tendo em consideração que os problemas atinentes às relações económicas entre Portugal e Espanha têm um contexto muito diferente comparativamente ao dos países congéneres americanos, a Espanha não será assim considerada para efeitos do tema central deste trabalho, ao que só iremos abordar o seu caso, na conjuntura do processo de integração ibérica na Comunidade Europeia, e dentro dos posteriores passos que foram dados com vista a uma integração Iberoamericana, na medida em que estes processos (integração económica) são relevantes no âmbito das relações entre Portugal e os países latino-americanos.



ao entrar nestes mercados? Qual o processo internacionalização que seguiram? Que tipos de apoios tiveram e como os avaliam? Ao nível da metodologia, este nosso trabalho baseia-se na análise de séries estatísticas, mas sobretudo tem por base um inquérito direto realizado em 2014 a um conjunto significativo de PME's portuguesas que se internacionalizaram para este espaço, reforçando-se assim através uma base empírica de relevo o estudo do processo de transição para uma maior internacionalização da economia portuguesa.

Tendo em conta a caracterização da economia portuguesa até meados dos anos 2010 que acabámos de fazer, particularmente ao nível das suas relações externas, e os objetivos desta investigação, relacionados com a internacionalização das empresas portuguesas, em particular das PME's para a América Latina, o artigo prossegue através de várias secções. Na secção 2, apresentamos um breve enquadramento teórico, expondo as principais teorias relativas ao comércio internacional e o investimento direto estrangeiro (IDE), com pertinência para o caso estudado. Na secção 3, abordamos a questão do Espaço Ibero-Americano, considerando o conjunto destas nações, e os contextos de integração em que estão envolvidas, em particular o da União Europeia para Portugal e Espanha, um vetor importante, pois regula uma boa parte das relações em estudo. A secção 4 é essencial no âmbito deste artigo, visto que apresenta o inquérito realizado às PME's portuguesas na sua internacionalização para a América Latina, refere a metodologia que foi seguida, sublinha os resultados que foram alcançados, comentando-os e extraíndo um primeiro conjunto de conclusões sobre o processo estudado. Finalmente, a secção 5, sintetiza as conclusões fundamentais e enumera algumas direções para o prosseguimento da pesquisa.

2. Enquadramento teórico

Considerando a importância que os processos de internacionalização assumiram nas últimas décadas para a generalidade das economias, impõe-se uma apresentação das teorias que os explicam, em particular no que diz respeito aos seus fluxos mais significativos e de maior impacto: comércio externo e investimento direto estrangeiro. É o que fazemos, seguidamente, de uma forma abreviada e focando o essencial.

Basicamente, de acordo com as principais teorias sobre comércio, a internacionalização das economias passa por um processo que leva à sua especialização em determinados bens ou produtos, baseada em vantagens que o país dispõe, criando condições para a troca entre parceiros, através de uma maior eficiência que se traduz num aumento do *output* (com os mesmos recursos) a ser partilhado. Essa abordagem foi central nos autores clássicos da ciência económica, nomeadamente Adam Smith na sua obra *Riqueza das Nações* (1776), cuja lente utilizava o que viria a ser designado como Teoria das Vantagens Absolutas. Segundo Smith, os países deviam especializar-se nas produções que tivessem menor custo (medido pelo custo do trabalho, o único fator de produção considerado pelos autores clássicos). Todavia, de acordo com esta teoria, ao considerarmos dois países, se um tivesse menores custos em todas as produções relevantes, não teria o menor interesse em realizar comércio com o outro e não haveria especialização internacional. Esta limitação vai ser ultrapassada por David Ricardo na sua obra de referência *Princípios de Económica Política e Tributação* (1817), o qual através da Teoria das Vantagens Comparativas, reformula a questão noutros termos, justificando-se o comércio mesmo para o caso em que um dos países dispusesse de todas



as vantagens absolutas de custo na produção de bens. Os países deviam antes especializar nas produções que tivessem menor custo relativo (e não absoluto), concentrando-se no que faziam de modo mais eficiente e abrindo um espaço mais vasto para o comércio internacional baseado na especialização com benefícios mútuos para as partes envolvidas. Mais tarde, John Stuart Mill completou a contribuição dos autores clássicos, chamando a atenção para a Lei da Procura Recíproca, i.e., a relação de troca está dependente da força recíproca das procuras de cada país em cada produto.

Embora não seja objetivo deste artigo analisar a questão em profundidade, naturalmente, as posições dos autores clássicos foram submetidas a muitas críticas ao longo dos últimos dois séculos; por exemplo, especializar-se num ou noutro tipo de bens pode ter consequências completamente diferentes no longo prazo (a título ilustrativo, veja-se que certos produtos se situam numa lógica de rendimentos crescentes enquanto outros na de rendimentos decrescentes, isto é, podendo a prazo originar resultados completamente diferentes, como foi sublinhado por muitos autores; e.g. Reinert, 2007). Seja como for, as teorias clássicas permaneceram como um grande referencial para a internacionalização, quer em termos analíticos quer de política económica, ainda que muitos dos seus pressupostos iniciais também tenham sido flexibilizados e/ou alterados.

Na via aberta pelos clássicos, um dos principais desenvolvimentos foi o surgimento da teoria neoclássica do comércio internacional durante a primeira metade do séc. XX, bem exemplificada pelo Teorema de Hecksher-Ohlin, que teve depois várias extensões. Estes autores abandonaram uma das hipóteses básicas dos clássicos, considerando não apenas um fator de produção, mas dois: o capital e o trabalho, explicando a especialização internacional pela dotação de cada país nestes fatores. No caso de uma maior abundância de um fator (por exemplo o trabalho) em detrimento do outro, devia o país especializar-se nos bens intensivos nesse fator, na medida em que, dispondo de uma vantagem de custo determinada pela sua abundância, era competitivo (Santos, 2014).

Evidentemente, não é nossa intenção apresentarmos aqui em pormenor o desenvolvimento destas teorias e toda a problemática que criaram (que dominam a maior parte dos manuais de economia internacional), mas mostrar como as teorias de internacionalização das economias e das empresas seguem determinadas regras e princípios, fundamentais para a sua boa compreensão. O mesmo é também válido para o caso do investimento direto estrangeiro, que ganhou muita relevância nas últimas décadas. As teorias sobre os movimentos de capital, incluindo o IDE, tiveram um desenvolvimento mais tardio, pois os autores clássicos postularam a imobilidade internacional deste fator. Esta premissa foi durante muito tempo aceite, ainda que tal não correspondesse totalmente aos factos, mesmo em épocas mais recuadas. Assim, será só a partir dos anos 60 e 70 do século passado, que as teorias sobre os movimentos internacionais de capitais emergiram de uma forma clara e autónoma e se mostraram aderentes aos fluxos efetivamente registados (que são aliás muito diversos na sua natureza desde os financeiros aos empréstimos e ao investimento direto). No âmbito da nossa investigação, e dada a sua importância para os processos de internacionalização de empresas, focaremos duas teorias sobre IDE: o Paradigma OLI (ou Eclético) formulado por John Dunning e o contributo da Escola Nórdica de Negócios.

O Paradigma OLI é um modelo desenvolvido por John Dunning durante a década de 1970, tendo sido objeto de uma constante reflexão por parte do autor entre os anos 70 e o início do séc. XXI (Dunning, 2000, 2001), o que conduziu a importantes ajustamentos e clarificações. O termo Eclético advém do facto deste Paradigma se basear de forma



combinada nas três principais áreas em que se pode perspetivar o IDE: as vantagens de propriedade (*Ownership Advantages - O*) que já existem nas empresas, ou que podem vir a ser potenciadas na sua expansão internacional; as vantagens de localização (*Localization Advantages - L*) que os países ou mercados internacionais podem oferecer relativamente aos ativos que se deslocam (por exemplo, vantagens decorrentes de recursos humanos ou naturais que dispõem); e as vantagens de internalização (*Internalization Advantages - I*), que correspondem a uma tendência das empresas que detêm vantagens específicas de propriedade com a possibilidade de combinar os ativos que possuem em diferentes mercados externos, sem passar diretamente pelo mercado. Apesar do seu ecletismo, na ótica do autor, este paradigma apresenta algumas limitações, em primeiro lugar o seu foco é destinado às empresas multinacionais, e em segundo lugar porque o paradigma está limitado à interdependência das suas variáveis OLI (Santos, 2014).

Neste sentido existe outra abordagem teórica relevante para o nosso estudo, em especial no que concerne à internacionalização das PME's. A Escola Nórdica de Negócios ou Escola de Uppsala que procurou modelar o processo de internacionalização das empresas suecas na década de 1970, concluindo que se baseia mais numa sequência gradual (Johanson e Vahlne, 1977, 1990; Johanson e Wiedersheim-Paul, 1975). Assim, a estratégia de internacionalização das empresas pode ter mais ou menos fases, inclusive podem-se verificar "saltos" da sua sequência ao longo do processo de internacionalização (Silva, 2002a: 61), reconhecendo no entanto, que as principais fases são: exportação, agentes de exportação, subsidiária de vendas, e filial de produção (Johanson e Vahlne 1990; Santos, 2014). De acordo com este modelo, na fase inicial do processo de internacionalização, nomeadamente na exportação, as empresas tendem a efetuar negócios com países ou mercados com uma menor "distância psíquica"⁷. Nas fases mais avançadas do processo de internacionalização, em especial na instalação de uma filial de produção, a distância psíquica já não é um fator tão determinante na estratégia de IDE das empresas, mas sim, fatores como a dimensão do mercado, ou características específicas desses mesmos mercados, no que concerne à atratividade perceptível para o IDE, podendo essa atratividade estar associada a fatores como as tarifas alfandegárias, a inserção em grandes espaços económicos, os custos de transporte, ou o poder de compra a nível interno (Johanson e Vahlne, 1977, 1990; Johanson e Wiedersheim-Paul, 1975).

Relativamente às PME, e contrapondo com a crítica que foi anteriormente abordada no Paradigma OLI (elaborado a pensar em grandes empresas, com vastos recursos, por exemplo, com vantagens de propriedade que permitem importantes ganhos em concorrência imperfeita, ou com vantagens de internalização através de muitas filiais espalhadas pelo mundo), o modelo da Escola Nórdica de Negócios tem por base uma teoria que sustenta um modelo explicativo, que tem em conta as características de dimensão e de recursos das PME, em especial no processo inicial da sua internacionalização (Johanson e Vahlne, 1990).

⁷ O conceito de distância psíquica foi desenvolvido por Vahlne e Wiedersheim-Paul em 1973, numa obra na sua língua original e depois desenvolvido em outros trabalhos como por exemplo em Hållen e Wiedersheim-Paul (1979). Trata-se do somatório de todos os fatores (língua, a cultura, habilitações, sistemas políticos, história, cultura empresarial) que possam causar entropia na comunicação, circulação e análise da informação entre países, mercados e empresas, na medida em que se verificam diferenças mais profundas entre o país de origem e o país recetor do IDE.



Mais recentemente Johanson e Vahlne (2009) refletindo sobre o modelo da Escola de Uppsala, destacaram o papel das Redes (*Networks*) no processo de internacionalização, onde as empresas que se encontram dentro da *Network* beneficiam de um contexto de comunicação e interligação privilegiado, originando relacionamentos em que se partilham aprendizagens e conhecimento, oportunidades de negócio, e sinergias no processo de internacionalização (Raposo et al., 2004). No seu conjunto, estes investigadores remetem-nos ainda para mais uma lacuna a suprir do modelo inicial:

"Quando construímos o nosso modelo original, não estávamos conscientes da importância do compromisso mútuo para a internacionalização. Agora, nossa visão é que a internacionalização bem-sucedida requer um compromisso recíproco entre a empresa e suas contrapartes (Johanson & Vahlne, 1990; Vahlne & Johanson, 2002)" (Johanson e Vahlne, 2009:1414).

A concluir esta secção, deve-se ainda sublinhar que trabalhos empíricos recentes, contribuíram para esclarecer importantes questões teóricas relacionadas com a substância deste trabalho. Por exemplo, os modelos gravitacionais que à partida visavam explicar o comércio e o investimento internacionais por fatores de natureza física como a distância geográfica ou então pelo valor da produção, medido pela dimensão do PIB (Cechella et al., 2009; Cechella et al., 2012), evidenciaram limitações levando a concluir que este tipo de influências não é hoje tão importante como era no passado ou se julgava que fosse (Eichengreen e Irwin, 1998), enquanto que fatores como a língua e proximidades históricas e institucionais têm vindo a ganhar relevância tendo um papel que não deve de forma alguma ser subestimado (Silva, 2005; Costa, 2005; Cechella et al., 2014). Para além de outros aspetos, estas considerações implicam que na explicação dos fluxos internacionais se deve levar também em conta a contributo de outras áreas científicas, como a história, a ciência política e as relações internacionais que estudam factos e dimensões que influenciam muitos laços e parcerias que se estabelecem à escala global.

3. O Mercado Ibero-Americano

3.1. A Natureza Socioeconómica

O Espaço Ibero-Americano é um importante espaço cultural e económico que junta vinte e dois Estados, dezanove no continente americano, sendo eles: Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai, e Venezuela, mais os três Estados que compõem a Península Ibérica: Andorra, Espanha, e Portugal, com duas línguas de origem latina - o português e o castelhano⁸. A população deste espaço corresponde a cerca de 9% da população mundial, prevendo-se um aumento de cerca de 90% no período de 1990 a 2030, de 477 milhões de habitantes para 748 milhões de habitantes. Sendo que a mesma se encontra subdividida num rácio de 33,33% da

⁸ Conforme consta no *site* da Secretaria-Geral Ibero-Americana, <https://mandatos.segib.org/pt-br> [Consultado em 18/02/2019].

população de países de língua portuguesa, e de 66,67% da população de países de língua castelhana, com a tendência para um ligeiro aumento do peso da população desta língua, pois tem crescido a um ritmo mais elevado (quadro 3).

Quadro 3 – População Ibero-americana*

Anos	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020	2025	2030
Total de população Ibero-Americana (Milhares)	477305	517790	556790	595009	632762	666003	697079	724788	748964
Porcentagem relativamente à População Total	8,95%	9,00%	9,06%	9,09%	9,09%	9,02%	8,94%	8,85%	8,76%
Países língua Portuguesa em % de Pop.	33,38%	33,30%	33,34%	33,19%	32,78%	32,49%	32,15%	31,79%	31,42%
Países de língua Castelhana em % de Pop.	66,62%	66,70%	66,66%	66,81%	67,22%	67,51%	67,85%	68,21%	68,58%

* Inclui todos os países deste Espaço, situem-se na Península Ibérica ou no Continente Americano.
 Fonte: UNCTADSTAT, e tratado pelos próprios autores.

No que concerne à economia do Espaço Ibero-Americano podemos dividir o mesmo em três regiões económicas: países Ibéricos, países da América do Sul, e países da América Central e das Caraíbas. O espaço económico no seu conjunto apresentou um crescimento constante do PIB e do PIBpc nas duas décadas de 1990 e 2000, com o respetivo crescimento global do PIB de 34% e 33%. Na década que se inicia em 2010 registou-se no entanto uma desaceleração do PIB dentro do espaço, com igual reflexo no impacto do PIBpc bem como uma redução da sua parte em termos do produto mundial (quadro 4).

Quadro 4 – Dados Macroeconómicos do Espaço Ibero-Americano (PIB e PIBpc a preços constantes de 2010)*

Anos	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total do PIB do espaço Ibero-Americano (Milhares de Dólares)	3827668	4392883	5132076	5863994	6831409	7043932	7147801	7280569	7359376	7386739	7339087	7433036
Taxa de crescimento em %		14,77%	16,83%	14,26%	16,50%	3,11%	1,47%	1,86%	1,08%	0,37%	-0,65%	1,28%
Porcentagem relativamente ao PIB Mundial	10,06%	10,40%	10,25%	10,07%	10,33%	10,32%	10,22%	10,15%	9,98%	9,74%	9,45%	9,29%
PIBpc do Espaço Ibero-Americano (Dólares)	7238	7631	8614	8907	9508	9690	9809	9948	10109	10274	10403	10604
Rácio do PIBpc do Espaço Ibero-Americano/Mundo	1,014	1,039	1,057	1,070	1,049	1,043	1,039	1,043	1,044	1,042	1,032	1,024

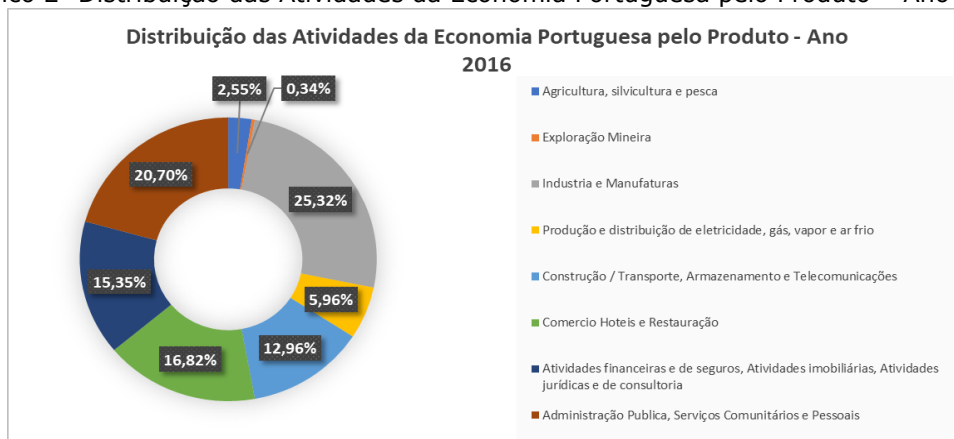
* Dados incluem todos os países deste Espaço, situem-se na Península Ibérica ou no Continente Americano.
 Fonte: UNCTADSTAT, e tratado pelos próprios autores.

3.2. Análise do mercado Ibero-Americano

A natureza do mercado das três regiões que compõem o Espaço é um pouco distinta, em especial entre os países americanos e os Estados que compõem a Península Ibérica. Para os primeiros, podemos identificar que há uma maior ênfase das atividades primárias e de extração, bem como na construção, o que revela o *gap* relativo no desenvolvimento destas regiões, onde se evidencia a necessidade de edificação de infraestruturas de suporte às atividades económicas. Comparando com Portugal, notamos ainda que nas Regiões Americanas existe um peso muito inferior das indústrias e manufaturas. Estas são algumas das conclusões que podemos extrair através de uma leitura atenta dos gráficos 2 a 4.



Gráfico 2- Distribuição das Atividades da Economia Portuguesa pelo Produto – Ano 2016



Fonte: PORDATA – 2019. Editado pelos autores.

Gráfico 3 - Distribuição das Atividades da Economia dos países da América Latina pelo Produto – Ano 2017



Fonte: CEPAL – Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe, 2018. Editado pelos autores.

Gráfico 4 - Distribuição das Atividades Económicas dos países das Caraíbas pelo Produto – Ano 2017



Fonte: CEPAL – Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe, 2018. Editado pelos autores.



De acordo com o que vimos na parte teórica, e analisando a distribuição da produção dos países da América Latina e Caraíbas pode-se concluir que têm uma forte dotação em recursos naturais, pelo que não surpreende que as suas exportações tenham um peso significativo de produtos associados a matérias-primas, o que os torna muito sensíveis às flutuações dos seus preços nos mercados internacionais. Por exemplo, a quebra na cotação das “*commodities*” em meados da década de 2010, foi um dos fatores que mais contribuiu para o fraco desempenho económico em vários países da região, relativamente à primeira década do séc. XXI.

3.3. A Cooperação Internacional no Espaço Ibero-Americano

O processo de integração do Espaço Ibero-Americano, tem diversos *patamares*, visto que se encontra subdividido pelo conjunto das relações de cooperação internacional entre os Estados. Portugal e Espanha estão num patamar de integração superior, visto que pertencem à Comunidade Europeia (desde 1986), à União Europeia (desde 1992 com o tratado de Maastricht), e à União Monetária (desde 1999), tornando-os parceiros de excelência no que concerne à maioria das políticas internacionais comunitárias, constituindo em particular um importante fator para o enriquecimento do processo de aproximação entre a União Europeia e os Países Latino-Americanos (Trein e Guerra Cavalcanti, 2007). Com efeito, as fortes ligações dos dois países ibéricos à América Latina são uma das vertentes que mais valoriza o seu posicionamento no contexto europeu. Não surpreende aliás que a I *Cúpula/Cumbre* Ibero-Americana⁹ tenha sido realizada em Guadalajara no México em 1991, dando o primeiro passo no processo de integração do Espaço Ibero-Americano na sua totalidade, poucos anos após a adesão de Portugal e Espanha à Comunidade Europeia.

Por seu turno, o Mercado Latino-Americano é distinto do ponto de vista da cooperação e da integração das Regiões da América Central e Caraíbas, e da América do Sul. Assinalamos em seguida os dois casos mais relevantes sob este ponto de vista. Em 1991, foi assinado o Tratado do Mercosul, originalmente por quatro países da América do Sul: Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai e posteriormente em 2012 aderiu também a Venezuela, surgindo com o objetivo de promover uma lógica de integração, visando um mercado ampliado e mais aprofundado, que sirva de plataforma a inserção destes Estados no mercado global em condições mais favoráveis (Diz e Luquini, 2011; Kegel e Amal, 2013). Mais recentemente em 2012, foi criada a Aliança do Pacífico, “composta por Colômbia, Peru, Chile e México, que aglomera países com padrões de inserção internacional muito próximos, pautados pela liberalização comercial e a assinatura de tratados de livre-comércio com países desenvolvidos e em desenvolvimento” (Bressan e Luciano, 2018: 74).

Relativamente às relações institucionais entre a União Europeia e a América-Latina, importa ainda fazer referência à “assinatura do acordo Inter-Regional entre a UE e o Mercosul, com o objetivo de abranger questões comerciais e económicas, a cooperação em matéria de integração e de outras áreas de interesse mútuo, de modo a estreitar as relações entre as duas regiões” (Santos, 2014: 24)¹⁰. No entanto, e de acordo com Diz

⁹ Tendo sido até ao momento realizadas XXVI *Cúpulas/Cumbres*, sendo que instituída na IX *Cúpula* em Havana, Cuba, no ano de 1999, a Secretaria de Cooperação Ibero-americana (SECIB). Órgão esse que estipula a verdadeira institucionalidade do sistema ibero-americano (Freres, 2005).

¹⁰ Acordo Inter-Regional assinado em 1995, no entanto, o mesmo só foi aprovado pelo Conselho de Ministros Europeus em 1999.



e Luquini (2011), não se tem verificado uma grande evolução na integração destes dois Espaços, sendo que ao longo das duas últimas décadas ocorreram alguns avanços, mas também se levantaram inúmeros obstáculos ao processo. Todavia, e mais recentemente, a União Europeia e o Mercosul celebraram um novo acordo no dia 28 de junho de 2019, que pode levar a uma integração económica entre estes dois espaços, ou seja, como foi noticiado, “chegaram hoje a um acordo político com vista a um acordo comercial ambicioso, equilibrado e abrangente. O novo quadro comercial — que faz parte de um acordo de associação mais vasto entre as duas regiões — irá consolidar uma parceria estratégica ao nível político e económico e criar importantes oportunidades de crescimento sustentável para ambas as partes”¹¹. Independentemente deste passo em frente, convém lembrar que o processo conducente a maior grau de comércio livre entre a UE e o Mercosul foi lançado nos anos 1990 e os resultados até hoje foram magros,¹² pelo que o novo acordo deve ser acompanhado com cautela, tanto mais que persistem dúvidas importantes sobre a sua implementação de parte a parte.

3.4. Portugal e o Mercado Latino-Americano

Importa ainda fazer uma breve análise das relações económicas entre Portugal e os países latino-americanos.

Como já referimos, as exportações têm vindo a ser fundamentais para o desenvolvimento da economia portuguesa, o país tem vindo a ter um crescimento consolidado das mesmas, onde podemos observar que o peso das exportações relativamente ao PIB português tem crescido. Através do quadro 1, verificámos que em 2010, o peso das exportações (bens e serviços) no PIB apresentava um valor de 30,1%, e que, em 2018, se previa atingir um valor da ordem de 43,3% do PIB, o que corresponde a uma verdadeira transformação da economia transacionável portuguesa. No que respeita às exportações de bens (as que têm maior peso no conjunto), elas apresentam alguma diversificação das matérias produzidas pela indústria, visto que não existe uma excessiva concentração em um ou dois produtos principais. Assim podemos identificar as principais matérias exportadas por Portugal no ano de 2017, em percentagem do total das exportações: Produtos Petrolíferos Refinados (4,7%), Veículos Automóveis (4,2%), Componentes Automóveis (4,1%), Calçados de Couro (3,5%), Papel Não Revestido (1,9%), Pneus de Borracha (1,8%), Medicamentos Embalados (1,7%), Assentos (1,7%), Camisolas de Malha (1,4%), Vinho (1,4%). Sendo que estes dez produtos equivalem a cerca de 26,4% do total das exportações portuguesas.¹³

Analisando agora as exportações portuguesas para o mercado latino-americano, verificamos que este espaço não tem um grande peso no total das exportações nacionais, tendo na última década variado entre os 3,1% e os 4% (gráfico 5). Por outro lado, e de acordo com o quadro 5, na região, os principais países de destino das exportações portuguesas, são: o Brasil com um peso entre os 1,26% e 1,73%; o México entre os 0,65% e 0,97%; a Argentina entre os 0,15% e 0,36%; o Chile entre os 0,18% e 0,27%; a Colômbia que apresentou um crescimento nesta década dos 0,06% em 2010 para os 0,18% em 2016; por último, a Venezuela, país onde vive uma vasta comunidade da

¹¹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pt/ip_19_3396 [Consultado em 12/07/2019]

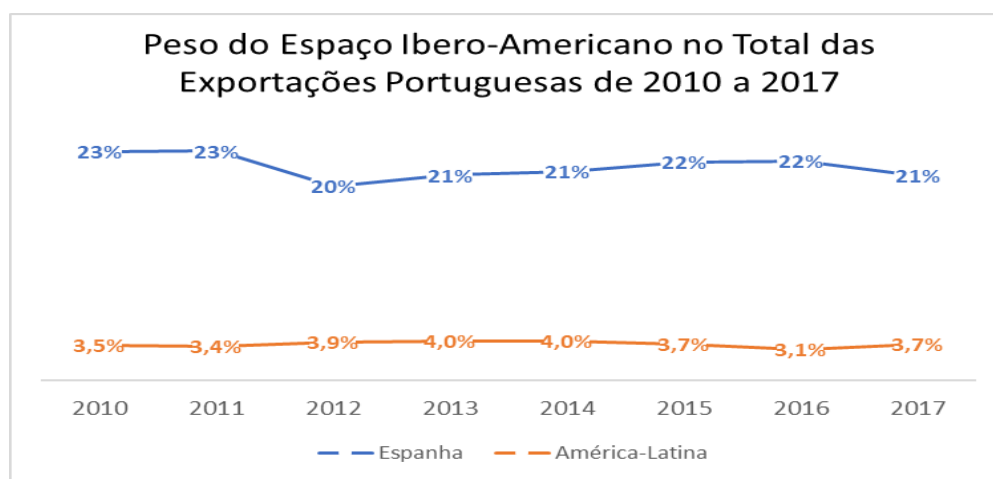
¹² Para uma análise da fase inicial deste processo e dos principais problemas que se colocam, bem a sua permanência e difícil resolução, ver o cap. 3 de Silva, 2002b: 161-202.

¹³ Conforme os dados retirados no Observatory of Economic Complexity (OEC) - <https://atlas.media.mit.edu/pt/profile/country/prt/> [Consultado em 08/04/2019].



diáspora portuguesa, que nos últimos anos tem atravessado uma forte crise económica, com repercussão direta nas exportações portuguesas. Podemos ver que a Venezuela chegou a absorver 0,64% das exportações nacionais em 2013, e que não vai além de 0,02% em 2017. Apesar de se verificar que o mercado ibero-americano não tem um peso muito significativo nas exportações portuguesas, o mesmo não deve ser descurado, muito pelo contrário, pois trata-se de um mercado que permite uma expansão do comércio externo português. Devido à sua proximidade linguística e cultural latina, incluindo os movimentos migratórios, cuja influência referimos na parte teórica, mas também à dimensão do próprio mercado, ambos os fatores o posicionam como um espaço importante nas futuras estratégias de internacionalização portuguesa.

Gráfico 5 – Peso do Espaço Ibero-Americano no Total das Exportações Portuguesas de 2010 a 2017



Fonte: Observatory of Economic Complexity (OEC) – 2019. Editado pelos autores.

A este propósito vale a pena referir o exemplo da Espanha, que atualmente é o principal mercado externo de Portugal com uma quota entre 1/4 a 1/5 das exportações nacionais (gráfico 5), e onde os últimos 50 anos testemunharam uma alteração radical no contexto da internacionalização portuguesa. Com efeito, em 1968 a Espanha representava somente 1,5% das exportações portuguesas, passando só a ter um peso significativo nas mesmas no pós-adesão à CEE, em 1986, verificando-se no ano de 1988 já atingiam um peso de 11,2% e em 1991 de 14,9% (Silva, 1993: 182). Este exemplo demonstra que as relações económicas entre Estados não são estáticas, e que muitas vezes dependem das estratégias de internacionalização e das próprias relações institucionais entre países, daí afirmarmos que à imagem do caso espanhol no último meio século, o mercado ibero-americano pode vir a ter um papel de relevo nas futuras estratégias de internacionalização portuguesas, com importantes efeitos ao nível das empresas e da sua preparação.



Quadro 5 – Exportações portuguesas para o espaço latino-americano (em percentagem do total das exportações portuguesas).

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Espanha	23%	23%	20%	21%	21%	22%	22%	21%
América-Latina	3,5%	3,4%	3,9%	4,0%	4,0%	3,7%	3,1%	3,7%
Argentina	0,20%	0,15%	0,19%	0,36%	0,18%	0,32%	0,16%	0,23%
Bolivia	0,00%	0,01%	0,01%	0,01%	0,02%	0,03%	0,01%	0,02%
Brazil	1,26%	1,46%	1,70%	1,69%	1,73%	1,45%	1,18%	1,68%
Chile	0,27%	0,21%	0,22%	0,18%	0,23%	0,23%	0,25%	0,26%
Colombia	0,06%	0,09%	0,13%	0,10%	0,16%	0,16%	0,18%	0,12%
Costa Rica	0,03%	0,02%	0,02%	0,02%	0,02%	0,03%	0,03%	0,01%
Cuba	0,05%	0,05%	0,10%	0,07%	0,07%	0,09%	0,09%	0,08%
Dominican Republic	0,02%	0,02%	0,03%	0,03%	0,03%	0,04%	0,04%	0,05%
Ecuador	0,03%	0,03%	0,03%	0,07%	0,05%	0,10%	0,07%	0,04%
El Salvador	0,02%	0,02%	0,02%	0,02%	0,03%	0,03%	0,02%	0,03%
Guatemala	0,01%	0,01%	0,01%	0,02%	0,02%	0,04%	0,03%	0,02%
Honduras	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%
Mexico	0,97%	0,88%	0,65%	0,61%	0,75%	0,70%	0,71%	0,94%
Nicaragua	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,01%	0,00%	0,01%
Panama	0,02%	0,02%	0,04%	0,03%	0,04%	0,04%	0,04%	0,04%
Paraguay	0,00%	0,04%	0,05%	0,06%	0,05%	0,03%	0,03%	0,04%
Peru	0,06%	0,06%	0,08%	0,08%	0,08%	0,10%	0,08%	0,08%
Uruguay	0,02%	0,02%	0,03%	0,04%	0,09%	0,03%	0,02%	0,02%
Venezuela	0,44%	0,30%	0,59%	0,64%	0,44%	0,27%	0,15%	0,02%

Fonte: Observatory of Economic Complexity (OEC) – 2019. Editado pelos autores.

4. Análise da internacionalização das PMEs portuguesas para o Espaço Latino-Americano

4.1. Caracterização dos inquéritos e metodologia utilizada

No âmbito deste trabalho, em junho de 2014, foi realizado um inquérito a PMEs portuguesas, com vista a caracterizar o seu processo de internacionalização para a América Latina, os seus resultados são analisados nesta secção. Partiu-se de uma base de dados de PME e de exportadores para os países da América Latina de 5872 empresas como universo do estudo. Chegou-se a este total, juntando uma lista de PMEs de excelência do ano 2013 do IAPMEI com 3920 empresas, e uma base de dados das empresas exportadoras para os mercados da América Central e do Sul da AICEP com 1952 empresas. No desenvolvimento do inquérito, contamos ainda com o auxílio de associações empresariais¹⁴ que o partilharam e divulgaram junto dos seus associados.

Obtivemos respostas de 107 empresas, o que corresponde a 1,8% da população do universo, dos quais 50 questionários foram validados dentro dos parâmetros do estudo (0,85% da população), por serem PMEs de acordo com os critérios referidos atrás e por estarem internacionalizadas para a América Latina.

O inquérito foi dividido por quatro categorias de questões: I - Dados da empresa, II - Perfil de exportação das PMEs, III - Caracterização do perfil de investimento internacional

¹⁴ ACIB – Associação Comercial e Industrial de Barcelos, CCILC – Câmara de Comércio e Indústria Luso Colombiana e a CCILM – Câmara de Comércio e Indústria Luso Mexicana.



das PMEs, IV- Caracterização do processo de internacionalização e avaliação do papel institucional. Na elaboração do mesmo tomámos por base o inquérito elaborado por Simões (2010), adaptado para se estudar as PMEs (Silva e Simões, 2012), e complementado com novas questões, destinadas à obtenção de dados sobre a avaliação das organizações, com base nas metodologias de Hill e Hill (2008) e Manheim *et al.* (2007). Foi ainda utilizado o SPSS (na versão 22) para proceder à tabulação, codificação e análise da informação, tendo por base uma análise descritiva de frequências.

4.2. Caracterização do perfil das PMEs e da sua Internacionalização

A maioria das empresas que compõem a amostra tem proveniência de 5 distritos do Litoral do país (Porto, Aveiro, Lisboa, Leiria e Setúbal) que correspondem a 76% do total. Estas empresas na sua maioria estão ligadas às indústrias transformadoras, 64%, bem como a maioria das empresas tem um capital social superior a 100 mil euros, 69,4%. Do ponto de vista dos postos de trabalho, identificámos que 88% das PMEs inquiridas têm mais de 10 trabalhadores. Pudemos ainda observar que na atividade internacional, 70% das empresas dedicam-se à exportação, 16% exportam e efetuam investimento direto, e que 14% mantém outro tipo de atividade internacional, como por exemplo, parcerias.

Do ponto de vista da consolidação da internacionalização das empresas, os resultados do inquérito mostram que dois terços têm atividade internacional há mais de dez anos, ou seja 66%. Relativamente à importância da atividade internacional na faturação das empresas, verificamos que o peso foi superior a 50% da faturação em 40% da amostra, e entre 25 a 50% da faturação em 23% da amostra. Quanto ao tipo de presença nos países para onde exportam, através do quadro 6, podemos verificar que nos meios utilizados a forma mais frequente é a «abordagem direta ao cliente» (28%), seguida da «sem presença» (8%), da existência de um «agente» (8%), e de «rede de distribuidores» (8%).

Quadro 6 – Tipos de presença externa?

Tipos de Presença	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
Abordagem direta ao cliente	14	28%	28%
Sem presença	4	8%	36%
Agente	4	8%	44%
Rede de Distribuidores	4	8%	52%
Agente e Abordagem Direta ao Cliente	3	6%	58%
Rede de Agentes, Abordagem Direta ao Cliente	3	6%	64%
Rede de Distribuidores, Abordagem Direta ao Cliente	3	6%	70%
Agente, Rede de Agentes, Rede de Distribuidores	2	4%	74%
Filial/Sucursal	2	4%	78%
Agente, Rede de Agentes, Abordagem Direta ao Cliente	1	2%	80%
Agente, Rede de Agentes, Rede de Distribuidores, Abordagem Direta ao Cliente	1	2%	82%
Agente, Rede de Distribuidores	1	2%	84%
Agente, Rede de Distribuidores, Abordagem direta ao Cliente	1	2%	86%



Tipos de Presença	Frequência	Porcentagem	Porcentagem acumulada
Agente, Rede de Distribuidores, Filial/Sucursal	1	2%	88%
Agente, Rede de Distribuidores, Filial/Sucursal, Abordagem direta ao Cliente	1	2%	90%
Filial/Sucursal, Abordagem direta ao Cliente	1	2%	92%
Prestação de serviços deslocado	1	2%	94%
Rede de Agentes	1	2%	96%
Rede de Agentes, Rede de Distribuidores, Abordagem direta ao Cliente	1	2%	98%
Turismo	1	2%	100%
Total	50	100%	

Relativamente às atividades (de exportação) que já foram desenvolvidas, verificou-se que o país mais mencionado pelas empresas, foi o Brasil (31% das menções), seguido da Colômbia (16%), México (12%), Chile (10%), Argentina (7%), e Uruguai (7%), exportam ainda com pouca frequência para dez outros países e sete outros não são sequer mencionados (quadro 7). Porém, verificamos que 47% das empresas manifesta ter interesse em exportar futuramente para a América Latina, com especial relevância para a Colômbia (13%), Brasil (10%) e México (8%) (quadro 8).

Quadro 7 - Países da América-latina para onde exportam?

País	Total de Menções		1ª Posição		2ª Posição		3ª Posição	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Brasil	18	31%	16	57%	1	5%	1	8%
Colômbia	9	16%	2	7%	4	18%	3	23%
México	7	12%	4	14%	2	9%	1	8%
Chile	6	10%	4	14%	1	5%	1	8%
Argentina	4	7%	1	4%	2	9%	1	8%
Uruguai	4	7%	0	0%	2	9%	2	15%
Honduras	2	3%	0	0%	2	9%	0	0%
Peru	2	3%	0	0%	1	5%	1	8%
Venezuela	2	3%	0	0%	1	5%	1	8%
Costa Rica	1	2%	0	0%	0	0%	1	8%
El Salvador	1	2%	1	4%	0	0%	0	0%
Panamá	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Paraguai	1	2%	0	0%	0	0%	1	8%
Bolívia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Cuba	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Equador	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Guatemala	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Haiti	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%



País	Total de Menções		1ª Posição		2ª Posição		3ª Posição	
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Nicarágua	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
República Dominicana	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total Validado	58	100%	28	100%	17	77%	13	100%
<i>Outros s/ indicar</i>	15		5	15%	5	23%	5	28%
Total	73		33		22		18	
<i>Jamaica</i>					1		0	
<i>Guiana</i>							1	

Do ponto de vista do investimento direto estrangeiro, notamos que a sua importância é reduzida quando comparada com as exportações. Neste sentido para o inquérito responderam somente 46% das empresas da amostra, ainda assim pudemos identificar o seguinte: 65% destas empresas detêm IDE nos países da América Latina há menos de 2 anos. O peso destes investimentos na faturação é ainda reduzido, pois para 44% dos inquiridos o mesmo é inferior a 5% da faturação, e com um valor acumulado de 88% das empresas onde o peso é inferior a 25% da faturação. Ao nível dos países que recebem o IDE, dos 20 possíveis, afigura-se que apenas 8 países atraíram investimento direto por parte das empresas inquiridas, onde se destaca o Brasil (22%), Argentina (11%), Chile (11%), Colômbia (11%), Costa Rica (11%), México (11%), Panamá (11%), e Peru (11%). Na resposta à questão sobre interesse em futuros movimentos de IDE, só foram considerados 18% de possibilidades para investimentos na América Latina, sendo os restantes 82% em diversos países de outros continentes.

Quadro 8 - Países Futuros para Exportação no Contexto Geral

País	Total de Menções		1ª Posição		2ª Posição		3ª Posição	
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Colômbia	8	13%	3	13%	3	14%	2	12%
Brasil	6	10%	5	21%	1	5%	0	0%
EUA	5	8%	3	13%	1	5%	1	6%
México	5	8%	0	0%	3	14%	2	12%
Alemanha	4	6%	1	4%	1	5%	2	12%
França	3	5%	0	0%	3	14%	0	0%
Rússia	3	5%	2	8%	0	0%	1	6%
Angola	2	3%	1	4%	1	5%	0	0%
Argentina	2	3%	1	4%	0	0%	1	6%
Espanha	2	3%	1	4%	0	0%	1	6%
Panamá	2	3%	1	4%	1	5%	0	0%
Peru	2	3%	2	8%	0	0%	0	0%
Polónia	2	3%	0	0%	1	5%	1	6%
Uruguai	2	3%	0	0%	0	0%	2	12%
Arábia Saudita	1	2%	0	0%	0	0%	1	6%



País	Total de Menções		1ª Posição		2ª Posição		3ª Posição	
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Bélgica	1	2%	1	4%	0	0%	0	0%
Belize	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Cabo Verde	1	2%	1	4%	0	0%	0	0%
Chile	1	2%	1	4%	0	0%	0	0%
China	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Coreia do Sul	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Holanda	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Indonésia	1	2%	0	0%	0	0%	1	6%
Moçambique	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Noruega	1	2%	0	0%	0	0%	1	6%
Paraguai	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Reino Unido	1	2%	0	0%	0	0%	1	6%
Trinidad e Tobago	1	2%	1	4%	0	0%	0	0%
Total	62	100%	24	100%	21	100%	17	100%
<i>América Latina</i>	29	47%	13	54%	9	43%	7	41%
Outras regiões	33	53%	11	46%	12	57%	10	59%

4.3. Avaliação do Processo de Internacionalização e das Instituições portuguesas que prestam apoio

Foram ainda questionados outros aspetos relevantes para o processo de internacionalização, nomeadamente quais as formas preferenciais de abordagem? Quais os seus motivos? Quais os principais entraves ao processo?

Em termos das formas preferenciais de abordagem, identificámos que as principais passam pela «Deslocação e contacto direto» (74%), e pela «Participação em feiras» (68%). Relativamente aos motivos, o mais mencionado foi o «Aumento da quota de mercado» (82%), seguido da «Notoriedade e reconhecimento no mercado nacional» (30%) e «Proximidade dos clientes» (28%) (quadro 9). Quanto aos entraves identificados no processo os mais relevantes foram os «aspetos burocráticos» (64%), como segundo motivo mais frequente surge a «falta de incentivos» (34%), seguindo em terceira posição, em simultâneo, a «dificuldade para obter financiamentos» e a «falta de informação» (22%). Motivo ainda muito relevante é a «dificuldade de acesso às instituições» (18%).

Quadro 9 - Principais motivos para a internacionalização?

Motivos para internacionalização	Sim		Não		Total
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	
Aumento de quota de mercado	41	82%	9	18%	50
Notoriedade e reconhecimento no mercado nacional	15	30%	35	70%	50
Procura de recursos	7	14%	43	86%	50
Proximidade dos clientes	14	28%	36	72%	50



	Sim		Não		
Valorização mais justa do produto	1	2%	49	98%	50
Presença de comunidade estrangeira na região da empresa	1	2%	49	98%	50

Procedeu-se também a uma avaliação por parte das empresas às principais instituições que, em Portugal apoiam o processo de internacionalização, de Mau (pontuação 1) a Muito Bom (pontuação 5), reservando a pontuação 3 para os casos em que a empresa não sabe ou não responde (posição de indiferença), sendo que o mesmo nos evidenciou o seguinte (quadro 10): as Associações Empresariais/Comerciais são as mais pontuadas (165 pontos), seguindo-se as Câmaras de Comércio (152 pontos), o IAPMEI (151 pontos), o AICEP e as Embaixadas/Consulados (140 pontos) e por último o Governo (122 pontos). Não deixa de ser interessante notar que as firmas respondentes valorizam mais as organizações profissionais como associações empresariais e câmaras de comércio do que os organismos governamentais como AICEP, embaixadas/consulados (ou o governo), sendo estas últimas especificamente formadas ou vocacionadas para o efeito.

Quadro 10 – Avaliação das Instituições

	AICEP	Associações Empresariais/Comerciais	Câmaras de Comercio	Embaixadas/ Consulados	Governo	IAPMEI
Mau (1)	16	5	8	15	16	5
Razoável (2)	9	14	7	4	3	13
Bom (4)	13	11	7	4	3	12
Muito Bom (5)	9	14	9	10	2	6
NS/NR (3)	3	6	19	17	26	14
Pontuação	140	165	152	140	122	151

Solicitou-se ainda às empresas sugestões de melhoria às instituições. Das 50 empresas, 24% apresentaram sugestões, as quais foram sintetizadas no quadro 11.

Quadro 11 – Sugestões das empresas com vista à melhoria do processo

Síntese das sugestões
<ul style="list-style-type: none"> Terem dossier organizado e credível por mercados com os potenciais compradores de forma a que as empresas pudessem fazer os contactos.
<ul style="list-style-type: none"> Simplificação de processos.
<ul style="list-style-type: none"> Criar Gestor de Representações, fazer reuniões com adidos comerciais das embaixadas que não queiram só o prestígio do nome do cargo, procurar os principais responsáveis de compras nas empresas com capacidade de colocação, etc. Enfim, tudo o que não seja passivo, reacionário e letárgico.
<ul style="list-style-type: none"> Em alguns mercados são necessários mais recursos humanos e financeiros para ao apoio local das empresas.
<ul style="list-style-type: none"> Capacidade de agilizar os processos e facilitar financiamento para a realização de projetos de PMEs



Por último, importa saber qual é a avaliação que as empresas têm do seu processo de internacionalização, sendo que apenas 6% das empresas consideram a sua experiência insatisfatória (quadro 12). As restantes empresas, com exceção de 6% que não têm opinião, consideraram a experiência como positiva, ainda que em graus diversos. De salientar que 42% avaliam a experiência como boa e 16% como muito boa.

Quadro 12 - Como avalia a sua experiência de internacionalização?

	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
Insatisfatória	3	6%	6%
Satisfatória	15	30%	36%
Sem opinião	3	6%	42%
Boa	21	42%	84%
Muito boa	8	16%	100%
Total	50	100%	

5. Conclusões

Este trabalho teve por objetivo fazer uma análise política e económica da internacionalização da economia portuguesa para a América Latina, em especial no que concerne às suas PMEs. Vimos inicialmente como as PMEs são um grande motor da economia portuguesa, tanto pelo seu número como pelo peso que têm no VAB e no emprego. O clima recessivo da economia portuguesa no início dos anos 2010, tornou imperiosa a necessidade de se internacionalizarem. É neste contexto que pretendemos aferir de que forma a América Latina, uma área onde existem proximidades linguísticas e históricas (basta lembrar as grandes correntes migratórias do passado) se mostram um destino internacional importante para as PMEs portuguesas.

À luz das teorias de internacionalização que focámos na parte teórica, procurámos identificar os contornos deste processo, por exemplo, verificando a pertinência de alguns conceitos como Distância Psíquica. Neste sentido, foi possível confirmar que o mercado Ibero-Americano não é muito expressivo nas exportações portuguesas pois não correspondeu a mais do que 3,7% em valores médios das exportações no período de 2010 a 2017. Ainda assim, e pelas respostas ao inquérito verificámos que o espaço latino-americano deve ser tido seriamente em conta na internacionalização futura das PMEs portuguesas, pois correspondente a 47% das intenções de exportação das empresas inquiridas.

Numa avaliação ao processo de internacionalização das PMEs que responderam ao inquérito, podemos identificar que as mesmas apresentam um comportamento algo semelhante ao processo aplicado dentro da Teoria da Escola Nórdica de Negócios, "processo gradual de internacionalização". Visto que a maioria das empresas (cerca de 70%) só se dedica à exportação, e procurando diretamente o cliente, ao que notamos um residual número de empresas que detêm um «agente» ou uma «rede de distribuição». No que concerne ao IDE verificamos que são poucas as empresas da amostra que realizaram investimentos na América Latina, o que para o caso das PME não deve surpreender atendendo ao que referimos na parte teórica deste trabalho quando ao seu acesso a recursos, nomeadamente financeiros e humanos. Considerando um outro inquérito recente (*Return on Ideas*, 2018), o mesmo corrobora a análise que expressamos anteriormente no que respeita à internacionalização das PMEs portuguesas



para o mercado mundial. Com efeito, refere que a exportação direta para clientes internacionais (61%), exportação ocasional (25%), e exportação através de agente internacional (16%) são as principais formas de internacionalização das PME's portuguesas, enquanto que o recurso ao IDE por estas empresas é residual, assumindo a forma de sucursal e/ou filial própria (9%) e raramente a presença no estrangeiro se traduz em unidades de produção/fabrico (1%).

Apesar do perfil que se acaba de caracterizar, importa sublinhar que a importância da componente internacional no peso da faturação é bastante significativa para as empresas inquiridas, mostrando que as PME's se encontram num processo de gradual crescimento positivo de internacionalização, eventualmente no futuro realizando até investimentos externos de médio e longo prazo, proporcionando assim uma aprendizagem contínua do processo. O que pode permitir a existência de estratégias e operações internacionais acertadas, não excluindo até investimentos. Considerando esta análise parece-nos consistente a autoavaliação efetuada pelas empresas.

Este trabalho está longe de marcar uma conclusão das investigações realizadas, é sim mais um passo no processo de investigação sobre a internacionalização da economia portuguesa, para uma região mundial importante, onde as empresas portuguesas podem usufruir, se a sua ação for adequada e conhecerem o terreno que pisam, de vantagens. Neste sentido, temos em mente o prosseguimento da investigação, desenvolvendo a temática da internacionalização das PME's para a América Latina, alargando a amostra, e complementando-a com estudo de casos, o que permitiria ultrapassar os limites que um inquérito realizado em determinado ano, ainda que recente, comporta, e levaria a uma visão mais longitudinal do processo analisado. Outro objetivo suscitado por esta investigação é a de um estudo empírico que permita comparar de forma aprofundada o caso português, com o processo das PME's espanholas para o mesmo espaço, aferindo semelhanças e diferenças e as suas causas.

Referências bibliográficas

Bressan, R. N., e Luciano, B. T. (2018). «A Comunidade Andina no século XXI: entre bolivarianos e a Aliança do Pacífico». *Revista de Sociologia e Política*, 26(65), 62 a 80.

Cechella, C., Dentinho, T., e Silva, J. R. (2012). «World centralities for political, demographic and market purposes». *Letters in Spatial and Resource Sciences*, Vol. 5, nº 2, julho, 73 a 83.

Cechella, C., Franco, G. H. B., Silva, J. R., Dentinho, T. P. (2014). «New Dimensions of Brazilian Economy Internationalization: Portugal as a strategic location for EMBRAER's investments and their impact on the regional economy». *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, nº 35, 3 a 13.

Cechella, C., Silva J. R., e Dentinho, T. P. (2009). «Explaining trade and FDI relationships in a gravitational model». *Studies in Regional Science*, Vol. 39, nº 1, 41 a 52.

CEPAL (2018). *Panorama Económico y Social de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños, 2017*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

CEPAL (2019). *Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe, 2018*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).



Costa, C. G. (2005). *A Cultura como Fator Dinamizador da Economia: Os Investimentos Portugueses no Brasil*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas – Universidade Técnica de Lisboa.

Diz, J. e Luquini, R. (2011). «As relações exteriores do Mercosul: análise das negociações com a União Europeia». *Universitas Relações Internacionais*, 9(1), 103 a 130.

Dunning, J. H. (2000). «The Eclectic Paradigm as an Envelope for Economic and Business Theories of MNE Activity». *International Business Review*, 163 a 190.

Dunning, J. H. (2001). «The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future». *International Journal of the Economics of Business*, Volume 8, n.º 2, 173 a 190.

Eichengreen, B., e Irwin, D. (1998). «The Role of History in Bilateral Trade Flows». In J. A. Frankel, Ed., *The Regionalization of the World Economy*. Chicago: NBER/University of Chicago Press, 33 a 67.

European Commission (2010). «Internationalisation of European SMEs». *Entrepreneurship Unit, Directorate-General for Enterprise and Industry, of European Commission*.

Farinha, L. e Félix, S. (2014). «Uma Análise de Restrições de Financiamento às PME Portuguesas». *Artigos de Estabilidade Financeira, Banco de Portugal*. Novembro, 1 a 27.

Freres, C. (2005). «La Corta História de las Cumbres: 1991-2004». In Arenal, C. D. (Coord.), *Las Cumbres Iberoamericana (1991-2005). Logros e Desafios*. Madrid: Fundación Carolina, 1 a 26.

Hallén, L., e Wiedersheim-Paul, F. (1979). «Psychic distance and buyer-seller interaction». Publicado originalmente em sueco, e depois de traduzido em P. J. Buckley e P. N. Ghauri, Eds, *The Internationalization of the Firm: A Reader*, 2nd edição (1999). Londres: International Thomson Business Press, 349 a 360.

Hill, A., e Hill, M. M. (2008). *Investigação por Questionário (2a Edição)*. Lisboa: E. Sílabo.
INE (2018). *Estatísticas das Empresas 2016*. Lisboa. Instituto Nacional de Estatística, I. P.

Johanson, J., e Vahlne, J.-E. (1977). «The Internationalization Process of the Firm - A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments». *Journal of International Business Studies*, Volume 8, n.º 1, 23 a 32.

Johanson, J. e Vahlne, J.-E. (1990). «The Mechanism of Internationalisation». *International Marketing Review*, 11 a 24.

Johanson, J. e Vahlne, J.-E. (2009). «The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: From Liability of Foreignness to Liability of Outsidership». *Journal of International Business Studies*, 40, 1141 a 1431.

Johanson, J. e Wiedersheim-Paul, F. (1975). «The Internationalization of the Firm - Four Swedish Cases». *Journal of Management Studies*, Volume 12, n.º 3, 305 a 323.

Kegel, P. e Amal, M. (2013). «Perspectivas das negociações entre o Mercosul e a União Europeia em um contexto de paralisia do sistema multilateral e da nova geografia econômica global». *Revista de Economia Política*, 33(2), 341 a 359.



Manheim, J. B. et Al (2007). *Empirical Political Analysis Quantitative and Qualitative Research Methods (7th Edition)*. London: Longman.

Raposo, M. B., Silva, J. R., e Viana, C. (2004). «Internacionalização: uma abordagem na ótica da teoria das redes e dos recursos». *Revista Portuguesa de Marketing*, Ano 8, Vol. 1, nº 16, 55 a 66.

Return on Ideas (2018). *Um Olhar Sobre a Internacionalização das PME*. Lisboa. Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa.

Reinert, E. R. (2007). *How Rich Countries Got Rich ... and Why Poor Countries Stay Poor*. Londres: Constable

Ricardo, D. (1821). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. Library of Economics and Liberty. Retrieved May 20, 2014. [Consultado em 25/02/2019]. Disponível em <http://www.econlib.org/library/Ricardo/ricP.html>.

Santos, A. F. F. E. B. (2014). *Fatores institucionais na internacionalização das PME's portuguesas para a América Latina*. Dissertação de Mestrado. Instituto Superior de Economia e Gestão - Universidade de Lisboa

Silva, J. R. (1993). «Desencontros e Caminhos de Convergência». In José Calvet de Magalhães, Álvaro de Vasconcelos e Joaquim Ramos Silva (ed.), *Portugal Paradoxo Atlântico: Diagnóstico das Relações Luso-Americanas*. Lisboa: Fim do Século edições, 99 a 196.

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

Silva, J. R. (2002b). *Portugal/Brasil: Uma Década de Expansão das Relações Económicas, 1992-2002*. Lisboa: Editora Terramar.

Silva, J. R. (2005). «A Internacionalização das Empresas Portuguesas: A Experiência Brasileira». *RAE - Edição Especial Minas Gerais*, Volume 45, 102 a 115.

Silva, J. R. (2008). *Internationalization Strategies in Iberoamerica: The case of Portuguese trade*. Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC) – Project Documents collection. Santiago do Chile: United Nations Publication.

Silva, J. R., Simões, C. C. (2012). «Portuguese Exports and FDI: Observations from the firms' perspective». *China-USA Business Review*, Vol. 11, nº 6, junho, 820 a 835.

Silva, J. R. (2019). «A economia portuguesa após 2015: O triunfo incerto do modelo improvável». In Allan Claudius Queiroz Barbosa e Cristina Parente (Orgs), *Sociologia, Gestão e Economia: Diálogos transversais entre Portugal e o Brasil*. Curitiba: Editora CRV, 59 a 81.

Simões, A. C. (2010). *Internacionalização das Empresas Portuguesas: Processos e Destinos*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Instituto Superior de Economia e Gestão, Universidade Técnica de Lisboa.

Trein, F., e Guerra Cavalcanti, F. (2007). «Uma análise crítica do acordo de associação estratégica entre a União Européia e a América Latina e as Caraíbas - A Cúpula de Viena». *Revista Brasileira de Política Internacional*, 50(1), 66 a 85.