

SUMÁRIO

A internacionalização das PME's para mercados fora da União Europeia constitui uma alternativa viável e eficaz à profunda recessão económica na qual os mercados europeus se vêem envolvidos.

A procura por novos mercados pode ser a única possibilidade para o desenvolvimento económico e empresarial das PME's.

Internacionalização das PME's para fora da União Europeia: aspectos relevantes

Dados recentes da União Europeia ("UE") apontam para a existência de mais de 23 milhões de empresas em toda a UE, das quais 99,8% são Pequenas e Médias Empresas ("PME's"), sendo que dessa percentagem, 92% são microempresas, 7% são pequenas empresas e apenas 1% são médias empresas. Estes dados demonstram que as PME's representam um elemento fundamental na estrutura económica dos Estados-Membros.

Em Portugal, as PME's têm sofrido de um modo especial com a recessão económica que o país atravessa, devido às medidas de austeridade e ao abrandamento da economia europeia. Hoje, as PME's vêem-se perante inúmeros obstáculos no acesso ao crédito, o que lhes proporciona difíceis desafios para enfrentar as necessidades financeiras de médio e longo prazo, bem como necessidades de curto prazo, como questões de tesouraria.

Uma das formas de lidar com situações de dificuldade económica é procurar a internacionalização da empresa. Apesar de existirem diversos programas da UE direccionados para ajudar as PME's a enfrentar este desafio, são muitas as PME's que ainda se mostram relutantes em enfrentar o desafio inerente à entrada nos mercados internacionais.

A internacionalização e os seus motivos

A internacionalização consubstancia um processo pelo qual uma empresa deixa de exercer a sua actividade apenas no âmbito nacional e procura novos mercados no estrangeiro, *i.e.* uma empresa deixa de restringir a sua prestação de bens e/ou serviços ao nível doméstico e passa a desenvolver parte da sua actividade no estrangeiro através da disponibilização dos seus bens e/ou serviços noutros países.

A intensa recessão económica que se faz sentir em Portugal impede um natural desenvolvimento económico das PME's, na medida em que a diminuição do poder de compra constitui um obstáculo ao aumento da venda dos produtos e serviços que as empresas comercializam. A internacionalização consubstancia assim uma oportunidade para explorar novos mercados e novos negócios fugindo à actual saturação do mercado português.

Hoje, o conceito de internacionalização ganha um conteúdo diferente, uma vez que investir noutros países europeus pode não trazer os benefícios de outrora. A recessão económica de Portugal é apenas o reflexo do que se verifica noutros países, como a Espanha, Itália ou França.

Se uma empresa quer atingir um exponencial desenvolvimento da sua actividade deve procurar novos mercados fora da EU. Os mercados asiáticos e da América Latina demonstram-se mercados aliciantes para a internacionalização das PME's.

Formas de internacionalização: cuidados a ter

A melhor forma para a internacionalização de uma empresa varia consoante a estratégia da empresa. Existem duas formas de internacionalização: (i) a empresa pode apenas pretender vender os seus produtos ou serviços para um país que os importa, ou (ii) a empresa pode optar por ter uma presença física e activa no país para o qual se pretende expandir.

Esta última solução pode ser alcançada das seguintes formas: (i) constituição de uma empresa de raiz no país que se pretende desenvolver a actividade, (ii) aquisição de uma empresa nesse país, ou (iii) encontrar um parceiro.

Enquanto as duas primeiras soluções revelam-se mais dispendiosas, a terceira solução revela-se claramente mais em conta, tendo em conta as dificuldades económicas hoje existentes.

São várias as formas que se podem escolher para estabelecer uma parceria, designadamente: (i) *joint ventures*, e (ii) acordos de distribuição, como acordos de agência ou de franquia.

Além de ser a solução economicamente mais viável, o estabelecimento de um contacto com um parceiro é uma escolha com imensas vantagens para a internacionalização das PME's.

Ter um parceiro permite ter de imediato acesso a uma nova base de clientes e conduzirá a uma partilha do risco. Em regra, o parceiro será alguém que aceita representar, promover e vender o produto da empresa através de o pagamento de uma comissão ou de um *fee* fixo.

Nesta situação a questão mais complexa prende-se com a necessidade de uma boa escolha do parceiro certo, conhecedor do mercado e com uma base de clientes sólida, o que obriga a uma intensa prospecção de potenciais parceiros.

Por outro lado, a PME pode ir mais longe e optar por adquirir directamente uma empresa de forma a comercializar directamente os seus bens e/ou serviços, aproveitando a reputação e o desenvolvimento que a empresa estrangeira possa ter. Esta solução revela-se, no entanto, dispendiosa e pode ser incompatível com as dificuldades financeiras que as PME's atravessam.

Se a ambição da PME for a de avançar mais no mercado, criar de raiz uma empresa local pode ser uma opção. Trata-se de um investimento a médio-longo prazo e não de mera de exportação. Esta solução envolve mais riscos, mas quando bem executada pode envolver avultados ganhos.

Independentemente da modalidade de internacionalização escolhida, a empresa deve procurar, em primeiro lugar, o devido aconselhamento jurídico. As particularidades de cada ordenamento jurídico obrigam a que se faça primeiro um enquadramento jurídico do país para o qual se pretende expandir.

Em concreto, o enquadramento legal nos Estados Unidos não é o mesmo que se verifica na China, no Japão ou no Brasil. Por exemplo, os tipos de sociedades existentes em cada um destes países são diferentes o que pode implicar uma constituição de uma sociedade de natureza diferente daquela que existe em Portugal. Além disso, o regime fiscal é necessariamente diferente, pelo que um bom conhecimento dos seus contornos em cada um dos potenciais países facilita a escolha e a opção pelo regime mais favorável.

A internacionalização de uma empresa pode ser feita através da mera exportação dos seus produtos e/ou serviços ou através de uma presença física e activa no país para o qual se pretende expandir.

A escolha pela expansão para qualquer um dos potenciais países não pode ser feita sem que se tenha o perfeito enquadramento jurídico desse país. Antes de se proceder à internacionalização da empresa, esta precisa de reunir determinados conhecimentos específicos do país de chegada. Para que se escolha o melhor destino, é preciso obter o aconselhamento jurídico em resposta às seguintes questões:

- (a) Quanto tempo demora a constituir uma sociedade e a iniciar uma actividade?
- (b) Quais os procedimentos necessários?
- (c) Que tipos de sociedades melhor se adequam ao objecto social da empresa?
- (d) Quantos dias são necessários para cumprir todas as formalidades de exportação dos bens e/ou serviços?
- (e) A actividade desenvolvida enquadra-se com os níveis locais de eficiência de produtividade?
- (f) O enquadramento jurídico local oferece meios para fazer cumprir os contratos e meios para reagir em caso de incumprimento?
- (g) Qual o grau desenvolvimento das telecomunicações e infra-estruturas?
- (h) As regras da concorrência permitem que se possa competir no mercado interno com os concorrentes locais?
- (i) O enquadramento fiscal da empresa e da sua actividade é o mais favorável?
- (j) É fácil contratar e despedir trabalhadores?

Os programas de internacionalização da UE conferem um importante contributo para a internacionalização das PME's em mercados em expansão como o asiático.

Estas são as questões fundamentais sem as quais não se deve partir para a aventura da internacionalização. Com o devido aconselhamento jurídico, uma decisão de internacionalização envolve assim três passos: (i) detectar uma oportunidade no estrangeiro, em concreto, um local em que se possa materializar a entrada da empresa, (ii) definir qual o meio escolhido para entrar nesse novo mercado e (iii) materializar a entrada no novo mercado.

Programas de internacionalização

As dificuldades que as PME's atravessam não facilitam o recurso a um processo de internacionalização que pode ser moroso e que envolve necessariamente custos. Perante esta situação e consciente da importância que as PME's têm para a economia, a UE tem criado diversos programas de internacionalização direccionados para as PME's.

Um dos principais programas é o Programa "EU Gateway". Direccionado para os mercados japoneses e sul-coreanos, este programa procura potenciar o desenvolvimento das PME's em dificuldades nestes mercados altamente desenvolvidos.

Este programa visa promover a introdução de produtos europeus no mercado japonês e sul-coreano, por forma a estimular as exportações dos Estados-Membros em sectores industriais considerados de elevado potencial no Japão ou na Coreia, tais como: serviços de saúde e tecnologias médicas, tecnologias de construção, tecnologia de comunicação e informação, tecnologias ambientais, decoração de interiores, moda, etc.

Em concreto, este programa funciona como porta de entrada para estes dois mercados, auxiliando as empresas (i) a sondarem as oportunidades de mercado, (ii) a identificarem potenciais parceiros negociais, (iii) a incrementar a visibilidade da sua marca como uma missão oficial da UE, (iv) a receberem feedback sobre os produtos ou serviços comercializados, (v) a reduzirem substancialmente os custos tipicamente associados à entrada em novos mercados e (vi) a celebrarem novos contratos e a fortalecer a sua rede de conhecimentos. Concedendo um apoio profissional específico durante todo o processo, uma assistência logística específica e um apoio financeiro, este programa tem tido um sucesso acima das expectativas, proporcionando a entrada de diversas PME's nos mercados asiáticos.

Além deste programa, são abertos todos os anos programas a empresas de todos os tamanhos, incluindo as PME's. Actualmente, encontram-se em curso quatro programas que visam conceder formação às PME's no Japão:

- (i) Programa H RTP (*Japan Industry Insight*): visa auxiliar a integração dos gestores das PME's no mercado japonês, através do estudo da cultura e da língua japonesa, bem como promove contactos com as empresas;
- (ii) Programa DBP (Práticas Comerciais e de Distribuição): visa auxiliar as PME's a adquirir uma compreensão prática do que representa o sistema de distribuição japonês;
- (iii) Programa FDI (*Foreign Direct Investment*): visa auxiliar o conhecimento dos benefícios da política do Investimento Directo Estrangeiro do Japão, com vista a desenvolver negócios no Japão, através da aquisição de activos locais; e
- (iv) Programa WCM (*World Class Manufacturing*): visa auxiliar a melhoria da produtividade e a redução de custos no sector industrial, através do contacto com as fábricas mais desenvolvidas no Japão.

Os programas da UE não se reconduzem apenas ao mercado asiático. Até há bem pouco tempo estava em curso o Programa "AI-Invest" que visava apoiar a internacionalização das PME's na América Latina. Iniciado em 1994, este programa teve imensas fases até 2012, obtendo enorme sucesso.

Conclusão

Seja através da aquisição de uma empresa, seja através da mera exportação dos seus produtos e/ou serviços, o recurso à internacionalização é uma das formas mais eficazes de potenciar o desenvolvimento de uma PME que se vê diariamente confrontada com grandes problemas de tesouraria.

Estando o mercado Europeu saturado e em dificuldades económicas, a solução pode ser encontrar outros mercados em expansão que ajudem as PME's a desenvolverem-se.

Perante a situação actual, o mercado asiático é uma das melhores soluções. A própria UE o considera ao colocar à disposição das PME's tantos programas de auxílio para a entrada no mercado asiático.