

Especiais

Indústrias Exportadoras INVESTIR NO BRASIL

O Rio de Janeiro é um estado com mais de 43 mil quilómetros quadrados e uma população de 16 milhões de pessoas. Na imagem, a cidade do Rio de Janeiro.



Be/Pedrosa/Embratur

Exportações para o Brasil cresceram 13,9% em 2013

Venda de produtos e serviços cresceu em 2013. Já o investimento directo caiu.

IRINA MARCELINO E RAQUEL CARVALHO
raquel.carvalho@economico.pt

As exportações portuguesas para o Brasil estão a crescer de forma exponencial, estando a balança comercial de produtos entre os dois países a 59 milhões de euros de se tornar equilibrada. Em 2013 a exportação de produtos portugueses para o Brasil atingiu os 772,9 milhões de euros (mais 13,9% que em 2012), estando as importações de produtos brasileiros nos 831,9 milhões de euros (ver infografia da página II). Também o comércio de serviços entre Portugal e Brasil aumentou, mas 0,4%: mais quatro milhões de euros que em 2012.

Já o Investimento Directo português no outro lado do Atlântico foi o mais baixo pelo menos desde 2009, estando agora nos 362 milhões

de euros (em 2012 foi 553 milhões e em 2010, ano de pico, foi mais de 1,7 mil milhões). Mais de metade do valor investido é do sector financeiro e de seguros.

O desinvestimento das empresas portuguesas atingiu no ano passado os 363 milhões de euros, sendo que no ano anterior tinham sido retirados pelas empresas portuguesas mais de 1,1 mil milhões de euros.

Por estar mais estável a nível económico e por ser um país com 200 milhões de consumidores e que ainda precisa de muitas infraestruturas, o Brasil tem sido uma oportunidade de negócio para vários países, onde se inclui Portugal. Contudo, para quem investe ou exporta para o Brasil, nem sempre o tra-

balho é uma tarefa fácil. As empresas contactadas pelo Diário Económico referem, por exemplo, a falta de infraestruturas como vias de comunicação ou transportes. Mas não só. A língua, apesar de ser a mesma, tem diferenças que podem dificultar os negócios. A burocracia, a morosidade na emissão de licenças de importação e exportação e a existência de barreiras alfandegárias são outros dos pontos que os empresários destacam. Tendo o Brasil 27 estados com leis e finanças diferentes entre si, as dificuldades para as empresas que não se querem ficar por um só local são ainda maiores. No entanto, as barreiras não têm impedido muitas empresas portuguesas de entrar neste mercado. ■

Guia para quem investe

- 1 Estudar bem o país**
Antes de se abrir uma filial no Brasil ou decidir fazer um investimento, tem que se estudar muito bem o mercado, escolher a região mais indicada para o negócio e conhecer a legislação laboral.
- 2 Preparar a entrada**
Não é fácil entrar no país. É preciso obter um visto. Importante arranjar um parceiro local e recorrer a um bom advogado ou contabilista para acompanhar o negócio.
- 3 Planear o negócio**
Importante planear com rigor o negócio e atender à diversidade jurídica, legislativa, fiscal e cultural entre estados.
- 4 Ter atenção aos custos elevados**
A AICEP lembra que as taxas aduaneiras podem atingir os 80% do valor do produto. Denúncia a forte burocracia, os salários elevados a pagar a técnicos especializados e lembra que contratar mão-de-obra e obter vistos é difícil, demorado e oneroso. São por isso pontos a ter em conta.
- 5 Registrar marcas**
Essencial o registo de marcas e empresas, uma vez que os registos feitos no exterior não são reconhecidos pela lei brasileira.

PUB

 **Nuno de Mesquita Pires**
Despachante Oficial Associado Lda.

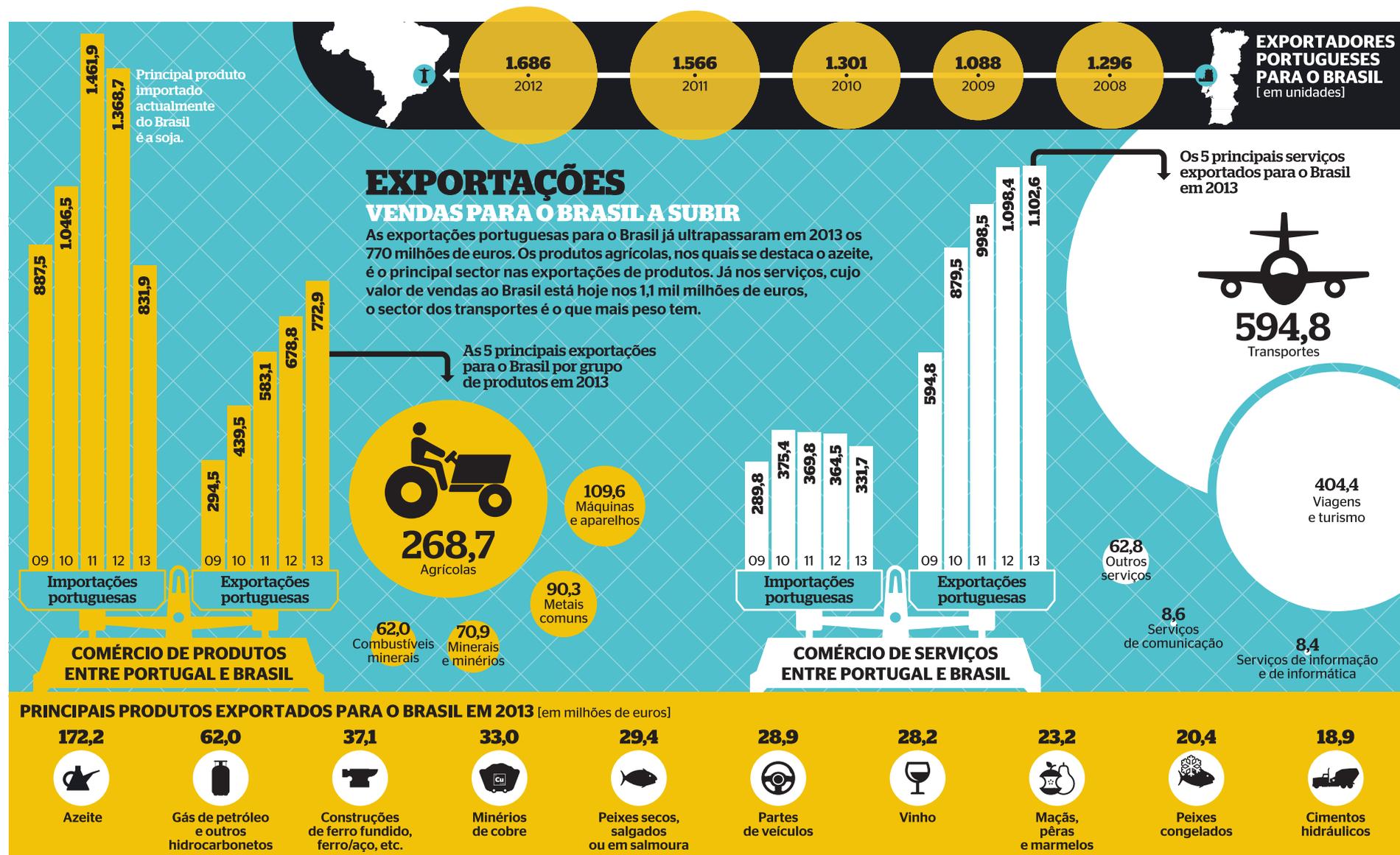
Fundada em 1956, NMP Lda. é uma empresa de Despachantes Oficiais domiciliada em Setúbal, procedendo ao despacho de navios e de qualquer tipo de mercadorias, em todas as Alfândegas do país, nomeadamente, Setúbal, Lisboa, Sines e Porto.

- Despacho de Navios e Mercadorias
- Importação, Exportação, Trânsitos, Entrepósitos Aduaneiros
- Formalidades de Impostos Especiais de Consumo - IEC
- Legalização e Matrícula de Veículos Automóveis
- Tratamento de declarações p/ fins estatísticos (Intrastat) e envio ao INE
- Consultores de Comércio Externo

Av. D. João II, 48 C - 2º C/D - Apt. 44 - 2901-858 SETÚBAL ■ Tel 265 546 640 ■ Fax 265 546 660 ■ nmp@nmesquitapires.pt ■ www.nmesquitapires.pt



INDÚSTRIAS EXPORTADORAS - INVESTIR NO BRASIL



Fonte: AICEP Portugal Global, INE.

Infografia: Mário Malhão | mario.malhao@economico.pt

UE e Brasil perto de assinar acordo de livre comércio

O acordo pode criar uma zona de livre comércio de 59 milhões de euros.

A União Europeia e o Mercosul estão “mais próximos de um acordo de livre comércio, em negociação desde 1999, anunciou a semana passada, a presidente brasileira Dilma Rousseff, à margem da 7ª Cúpula UE-Brasil que decorreu em Bruxelas.

Também o presidente da Comissão Europeia, Durão Barroso, se mostrou optimista, dizendo esperar avanços nas negociações que permitam a conclusão de um acordo comercial “ambicioso, abrangente e equilibrado”.

“A União Europeia tem todo o interesse em aprofundar as relações comerciais e de investimento com o Brasil, que são tão importantes para o crescimento e para a criação de emprego em ambas as regiões”, disse, afirmando ter reiterado o empenho na conclusão do acordo. Durão Barroso acrescentou terem sido dadas instruções aos negociadores “para que na tão



Durão Barroso e Dilma Rousseff na cimeira UE Brasil

importante reunião técnica de alto de nível de 21 de Março, verifiquem se estão reunidas as condições para uma troca formal de ofertas que poderá então ter lugar oportunamente”. A esperança é que se “vislumbre um horizonte mais claro nessa reunião”, declarou, acrescentando considerar que “a abertura comercial é essencial para o crescimento económico” e reiterando “a necessidade de evitar medidas que restrinjam o comércio e o investimento”.

A balança comercial brasileira com o bloco europeu passou de um superávit de 3,3 mil milhões de euros em 2011 para déficits de 2,3 mil milhões em 2012 e 7,1 mil milhões em 2013, segundo o Eurostat.

Bruxelas estima que o acordo venha a criar uma zona de livre comércio de 59 milhões de euros e aumentará em 12% as exportações

brasileiras para os países da União Europeia. Importante referir que o Brasil responde por 70% do PIB do Mercosul e a Europa é a principal parceira comercial dos brasileiros. Mais de 20% das exportações brasileiras têm a Europa como destino e 21% das importações feitas pelo Brasil vêm do bloco europeu. Dados da Comissão Europeia dão ainda conta que o Brasil representa 2,2% das trocas comerciais mundiais.

As negociações entre Brasil e União Europeia começaram em 1999, mas foram interrompidas em 2004. Em 2010, foram retomadas, mas sofreram reveses devido a obstáculos criados pelas duas partes. Agora, as conversas entre Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai estão bem encaminhadas para que se formalize uma proposta única de redução de tarifas. ■ R.C.

ANÁLISE ALBINO OLIVEIRA ANALISTA, FINCOR CORRETORES

As empresas do PSI20 mais expostas ao Brasil

Das empresas que actualmente integram o PSI20, seis apresentam exposição relevante ao Brasil: EDP (18% do EBITDA consolidado para os primeiros nove meses de 2013), EDP Renováveis (1% da capacidade instalada no final de 2013), Mota-Engil (sendo a América Latina uma das principais áreas de crescimento da empresa), Teixeira Duarte (6% das vendas no terceiro trimestre de 2013), Portugal Telecom e Galp. Contudo, é no caso da Portugal Telecom e da Galp que o Brasil aparece como mais decisivo para a evolução da cotação da acção, tendo em conta a importância que representa na avaliação de ambos os títulos. No caso da Galp, a empresa transformou-se completamente nos últimos anos, reflectindo um peso crescente da área da exploração, tendo o Brasil desempenhado um papel fundamental. O gradual crescimento dos volumes de produção ao longo dos próximos anos será fundamental para o preço da acção, com a evolução da produção no Brasil a assumir importância decisiva. A cotação do título continuará sensível a notícias de atrasos no crescimento dos volumes de produção vindos do Brasil e a maiores custos de exploração no país (tendo em conta as dificuldades técnicas associadas). No caso da Portugal Telecom, a exposição da empresa ao Brasil vem já da participação que detinha na Vivo (entretanto alienada), a operadora brasileira de telecomunicações móveis, em parceria com a Telefonica e, desde 2010, através da Oi. As oportunidades associadas ao sector de telecomunicações brasileiro e à economia do Brasil são significativas, mas também existem riscos. A Portugal Telecom tem sentido dificuldade para conseguir recuperar os níveis de rentabilidade da Oi. Os accionistas da Portugal Telecom e da Oi deverão votar em Março a aprovação da fusão entre as duas empresas. Uma vez concluída a operação, o Brasil assumirá ainda maior importância em termos de receitas e de resultados.

Finalmente, no que refere à EDP, e excluindo a contribuição da EDP Renováveis, o Brasil é, além de Espanha, o mercado externo ao qual a eléctrica nacional está exposta, através da sua participação de 51% na EDP Brasil. Trata-se de um negócio regulado, mas onde a EDP tem encontrado oportunidades de crescimento. Uma última referência para a questão da desvalorização cambial, principalmente tendo em conta que o real brasileiro registou uma desvalorização superior a 30% desde meados de 2010 face ao euro. A exposição aos mercados internacionais, neste caso ao Brasil, também acarreta maior volatilidade nos resultados das empresas, fruto da evolução da moeda. ■



ANTÓNIO MEXIA,
EDP: 18% do EBITDA consolidado nos primeiros nove meses de 2013 vem do Brasil.



FERREIRA DE OLIVEIRA,
Galp: Brasil tem sido fundamental na política de exploração da empresa.



ZEINAL BAVA,
PT: Os accionistas da PT e da Oi estão prestes a aprovar a fusão entre as empresas.



BERNARDINO, RESENDE E ASSOCIADOS
SOCIEDADE DE ADVOGADOS RL | LAW FIRM



O ponto inicial é as suas necessidades...
o ponto final é a nossa solução,
alcançada com sucesso e baseada
na nossa dedicação, experiência,
criatividade e pragmatismo.

Bernardino, Resende E Associados, Sociedade de Advogados, RL
Rua Carlos Testa, Nº 1, 6º C, 1050-046 Lisboa
Telf + 351 213 174 742 | Fax + 351 213 174 743
info@bernardinoresende.com | www.bernardinoresende.com

BR ALLIANCE
{PORTUGAL|ANGOLA|BRAZIL|CHINA|EAU|SPAIN|NETHERLANDS|QATAR|RUSSIA|ENGLAND|GERMANY}

INDÚSTRIAS EXPORTADORAS - INVESTIR NO BRASIL

OPINIÃO

ERIK BEZERRA SÓCIO FUNDADOR
ERJK BEZERRA ADVOGADOS
MÓNICA VELOSA FERREIRA, ADVOGADA
ERIK BEZERRA ADVOGADOS (INSCRITA
NA ORDEM DOS ADVOGADOS DE PORTUGAL
E DO BRASIL)



Investir num país com 27 Estados

Com previsões de crescimento para 2014 abaixo dos 2%, risco de subida da inflação, desvalorização monetária e retirada dos estímulos monetários por parte do FED, a economia brasileira enfrenta sérios desafios em 2014. Se às previsões económicas pouco animadoras juntarmos as dificuldades habituais que o investidor enfrenta (excessivo protecção, burocracia, sistema tributário complexo e oneroso) e o facto de se tratar ano de eleições no Brasil, compreende-se que a decisão de investir deva ser especialmente avaliada e planeada.

Apesar do quadro negativo, o Brasil é ainda uma das dez maiores economias do mundo, fez progressos significativos, tem uma classe média superior a 100 milhões de habitantes e áreas de negócio que continuam a ser uma boa aposta (agronegócio, automóvel, energias renováveis, petróleo e gás, semicondutores, serviços, infraestrutura e logística, sector imobiliário e hotelaria). Perante uma conjuntura menos favorável é essencial que o investidor faça uma escolha estratégica do Estado em que pretende investir. O Brasil é um dos maiores países do mundo, tem 27 Estados com especificidades, legislação própria, benefícios e vantagens que variam de região para região. Por isso, além dos incentivos federais ao investimento há que estar atento aos incentivos regionais. Muitos municípios concedem isenção de IPTU e ISS doando, inclusivamente, terrenos a empresas. No Centro Oeste do Brasil, por exemplo, as empresas devem estar atentas ao Fundo Constitucional de Financiamento e aos Apoios ao Empreendimento Produtivo. O PRO-DF II concede, além de financiamento com taxas de juros reduzidas, incentivos fiscais aos empresários que pretendam estabelecer-se na capital. Hoje a alíquota de ICMS interno praticada no DF é de apenas 12%. Paralelamente, certos municípios estão a praticar uma alíquota de ISS de 2% (alíquota mínima permitida).

Mas há outras formas de investir no Brasil. No momento em que Portugal bate recordes nas exportações para o Brasil, as empresas portuguesas devem aproveitar a oportunidade decorrente da perda de competitividade brasileira aliada à manutenção dos estímulos ao consumo, que gerou um aumento das importações.

Também o mercado de capitais constitui uma boa aposta em 2014. ■



A cobertura metálica do Arena da Amazônia implicou 310 viagens de camião entre Oliveira de frades e o Porto de Aveiro e quatro navios entre este porto e o de Manaus.

Bruno Kelly / Reuters

Metal português nos estádios brasileiros

1000 milhões de euros é o volume total dos projectos das empresas do Portugal Steel no Brasil. O grupo de 14 empresas do sector da construção metálica têm usado a união como factor de força e “capacidade de realização”. “Os compradores percebem que podem adjudicar obras de grande escala aos consórcios portugueses porque estes são capazes de realizar os grandes trabalhos”, considera Filipe Santos, director geral da Vesam, empresa que integra a Portugal Steel. Só para a Copa do Mundo foram realizados três estádios. No futuro, o consórcio quer aproveitar o crescimento que se sente no sector da construção, assim como o sector petrolífero. Outra das empresas que trabalhou para a Copa do Mundo foi a Martifer, responsável pela cobertura metálica do estádio Arena da Amazônia e também pela cobertura de painéis solares do estádio Mineirão, em Belo Horizonte. Outra das empresas portuguesas que trabalhou para o mundial foi a Vasverde, produtora de relva natural. ■ I.M.



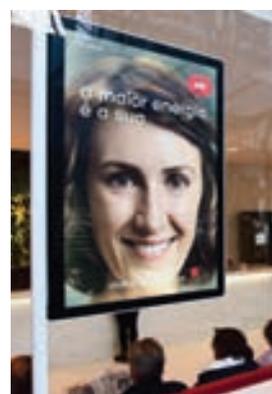
O fruto mais vendido pela empresa portuguesa é a pêra.

Pêra pesa 70% nas vendas da Luís Vicente ao Brasil

Há 20 anos a vender para o Brasil ameixas, maçãs, pêssegos, castanhas, cerejas e pêra portuguesa - pêra esta que representa 70% das exportações para aquele país - a Luís Vicente vai abrir em Abril uma filial na cidade de Campinas, no Estado de São Paulo. O objectivo é reforçar “a presença na vertente de comercialização, tendo em conta que já possuímos como produção”, explica Manuel Évora, presidente da Luís Vicente, que vê no país uma “oportunidade de consolidar a capacidade de internacionalização do grupo”, por estar em crescimento e por ser um país com “um consumo ‘per capita’ elevado de hortofrutícolas”, refere. A escolha de Campinas é estratégica. “É uma cidade de cerca de dois milhões de pessoas muito próxima de São Paulo e muito perto de Santos, que tem um porto marítimo onde vamos ter a nossa operação logística em armazém frigorífico”. Em 2013, a empresa exportou mais de duas mil toneladas de fruta para o Brasil, o que representa cerca de 10% das exportações totais. ■ R.C.

The Lisbon MBA promove parcerias

Desde 2011 que o The Lisbon MBA organiza em parceria com o Instituto de Ensino e Pesquisa (INSPER) de São Paulo os International Labs no Brasil. Trata-se de projectos de consultoria nos quais os alunos do The Lisbon MBA trabalham com os estudantes do Insper durante dois meses para resolverem um problema real de empresas. Após a análise dos problemas de negócio, segue-se uma fase de preparação no Brasil e em Portugal, após a qual as equipas têm que trabalhar à distância, de forma virtual, na pesquisa, análise dos dados e desenvolvimento das propostas. Depois de dois meses, os resultados são apresentados às empresas. Anabela Possidónio, Directora Executiva do The Lisbon MBA, considera que o projecto, que já incluiu empresas como a EDP, o Grupo Pestana ou a Maksen, tem sido um sucesso. ■ I.M.



Empresas como a EDP já trabalharam nos International Labs.

Nutri Ventures vai reforçar

Foi em 2013 que a produtora de animação Nutri Ventures entrou no mercado brasileiro. Até ao final do ano, a empresa estima que este mercado represente 40% da sua facturação. O canal SBT é ‘media partner’ e é neste canal que estreará a terceira temporada da série de desenhos animados. Este ano, a empresa quer ainda reforçar a equipa no Brasil, disse Pedro Crespo, Sales & Marketing director do Brasil. ■ I.M.



VICAIMA

A fabricante de portas de interior Vicaima está desde 2011 no Brasil, quando inaugurou a sede no Paraná. Actualmente, a empresa natural de Vale de Cambam Aveiro, está em mais de 14 estados brasileiros, onde comercializa e distribui portas, batentes, guarnições e complementos. As exportações da Vicaima representam 86% da sua produção.

BETA-I NO BRASIL

Desde 2013 que a Beta-i, associação que promove o empreendedorismo, está fisicamente no Brasil, onde já tinha mentores e investidores locais. O ano passado realizou um Startup Weekend em São Paulo e em Curitiba, várias edições do Beta-Talk em São Paulo e o ‘roadshow’ Lisbon Challenge São Paulo. Actualmente, está à procura de parceiros para um novo Lisbon Challenge.

SLIDELOG

A Slidelog, empresa portuguesa que se dedica ao fornecimento e integração de sistemas logísticos automáticos, investiu 200 mil euros na abertura, em 2013, da Slidelog Brasil, com sede em São Paulo, tendo ainda representantes em Minas Gerais e no Rio de Janeiro. Actualmente, a empresa tem clientes nas áreas da saúde, aeronáutica e defesa.

Paulo Alexandre Coelho



Apresentamos-lhe a Solução,
CESCE MASTER OURO
 para que a sua empresa
 continue a crescer

- E pode contar com:
- Prospeção de Mercados
 - Risk Management
 - Transferência do Riscos

Porque continua à espera?

Se deseja obter mais informação, visite www.acesceexplica.com ou através do código QR e contamos-lhe em 2 minutos.



Linha CESCE 808 204 205 e www.acesceexplica.com

INDÚSTRIAS EXPORTADORAS - INVESTIR NO BRASIL

OPINIÃO
ESTÊVÃO AUGUSTO
BERNARDINO
 SÓCIO DA BERNARDINO,
 RESENDE E ASSOCIADOS



Um mercado de dimensão continental

A economia brasileira é a maior da América Latina e do hemisfério Sul, a sexta maior do mundo por PIB nominal, a sétima maior por paridade do poder de compra. País de contrastes, mas de enorme potencialidade, as terras de Vera Cruz são um mercado de inesgotáveis potencialidades, capaz de absorver tudo o que de melhor se produz em Portugal. O Brasil deve constar na estratégia de internacionalização de qualquer empresa para podermos ser verdadeiramente competitivos, à escala mundial. As empresas que optem pela exportação devem na minha opinião começar por procurar parcerias locais; conseguir um parceiro idóneo e fiável pode ser uma tarefa herculeana, mas é muito importante encontrar esse mesmo parceiro, que esteja em condições de legalmente importar e colocar os produtos portugueses no mercado e começar, assim, a construir um nova rota para esses bens de consumo. No Brasil, os preços praticados são regra geral superiores aos que se encontram no nosso país, o que não deixa de ser um bom indicador para as empresas que querem estar nesse mercado, pois, a viabilidade do projeto estará à partida assegurada. O Brasil consome hoje muitos produtos portugueses e por vezes a escassez da oferta interna em determinados produtos propicia o aumento das nossas exportações que não se resumem ao nível do vinho, azeite e fruta (a exportação da fruta agilizada recentemente com a assinatura de um memorando entre Portugal e Brasil), mas muitos mais produtos (queijo, peixe congelado), mas também a nível de serviços. O ano findo foi um marco histórico para Portugal, onde se atingiu um recorde português no Brasil; segundo dados recolhidos, Portugal exportou 1,8 mil milhões de euros em bens e serviços. O Brasil tem regras que tratam o investimento estrangeiro, a importação, a atribuição de licenças para operar, a entrada e saída de capitais estrangeiros, entre outras; tem, portanto, regras que têm que ser cumpridas e foi a pensar nisso que recentemente escrevi um Livro, em co-autoria com Janahim Dias Figueira, subordinado ao tema, "Manual do Direito dos Investimentos Estrangeiros no Brasil", lançado no dia 6 de Novembro de 2013, pela Editora Lumen Juris, Livraria da Vila, em São Paulo, que retrata transversalmente o sistema jurídico brasileiro; é um guia para o investimento no Brasil. ■

A grande aposta das empresas de vinho

As empresas vinícolas nacionais estão a apostar no mercado nacional. Mas não apenas através das exportações. É o caso da Global Wines. Os oito milhões de euros levados para o outro lado do Atlântico serviram, entre outros, para adquirir duas fazendas e para adaptar geneticamente as diversas castas ao clima local. As fazendas adquiridas pela empresa do Dão situam-se no estado de Pernambuco (ver imagem), a 750 quilómetros da cidade de Recife. "Pese o investimento efectuado hoje o retorno é possível. As nossas fazendas são as únicas que conseguem hoje fazer no mínimo duas vindimas por ano", algo fora do comum numa região que não é produtora de vinho por excelência. O 'break even' foi atingido em 2011 e o crescimento da actividade da empresa neste país tem sido superior a 20%. Outra empresa que fez uma grande aposta no Brasil foi a Lusovini. No Brasil, entrou no ano passado com a empresa de comercialização de bacalhau Rui Costa Sousa e Irmão, com a qual teve uma empresa de distribuição até há bem pouco tempo. Mas entretanto, a estratégia mudou. "Adquirimos o restante capital da empresa porque queremos crescer e porque a dimensão das cadeias de distribuição no Brasil é muito grande", explica Casimiro Gomes. Com 19 produtores representados, a Lusovini está hoje em mais de 1600 lojas naquele país e conta vir a estar em muitas mais durante 2014. ■ I.M.



Imagem cedida por Global Wines

O Brasil é um dos principais mercados para os vinhos portugueses. Mas as exportações caíram em 2013. Nesse ano foram exportados 11,5 milhões de euros de vinho para o Brasil, menos 400 mil euros que em 2012.

A Quinta do Crasto acabou de abrir um escritório próprio em São Paulo. O Brasil já representa 15% das exportações totais da marca do Douro, que está a trabalhar numa nova embalagem para o seu azeite.

As vendas da Esporão no mercado brasileiro subiram 5% em 2013, representando 16% no total das suas exportações 8% no total facturação. Os vinhos Esporão e Monte Velho e os azeites Herdade do Esporão são as marcas com maior sucesso.

Super Bock já é produzida no Brasil

A Unicer passou, em 2013, a produzir no Brasil, a Super Bock. É a primeira vez que acontece e "é um forte sinal da crescente internacionalização da marca e da empresa", refere Rui Freire, administrador de Marketing e Comunicação. A marca, é, juntamente com a Água das Pedras, a que mais vende naquele país. A Água das Pedras está presente no segmento de águas de luxo no Brasil. Está em aproximadamente 900 clientes, e "num ano conquistou já 10% de quota deste segmento", diz Rui Freire. O objectivo de vendas para Pedras no Brasil "é de 1 milhão de litros dentro de dois a três anos", diz. Em relação à cerveja Super Bock, a ambição é atingir um volume de vendas de "10 milhões de litros em cinco anos". ■ R.C.



Azeites têm muita saída no Brasil.

Paula Nunes

Somague constrói metro

A Somague está presente no Brasil através da Somague Sucursal Brasil, especializada em obras ferroviárias, portuárias ou hidráulicas, e da Somague MPH Construções, vocacionada para o mercado de construção civil. A sucursal brasileira, que regista uma carteira de 112,3 milhões de euros, é responsável pela construção para o Metro de São Paulo com conclusão prevista para este ano. Já a Somague MPH tem uma carteira de 38,3 milhões de euros. ■ R.C.

CONSTRUÇÃO DE CENTRO LOGÍSTICO

Será no Rio Grande do Sul para a Global Logistic Properties.

17,9
 milhões de euros

Tecnológicas entram em força

A Critical Software tem sede em São Paulo, mas os clientes estão em todo o território brasileiro, dos quais se destacam a AES Tiete, a Unimed, a Tractebel e a Enersul. Até agora, a empresa tecnológica tem tido sucesso nas áreas de energia e saúde, mas Eugénio Soldá, director geral da empresa no Brasil, adianta que vai lançar-se este ano na área da aeronáutica, onde, aliás, já tem experiência. Para tal, ampliou a equipa. Outra empresa que está no país é a Inocrowd, que, por ser uma empresa digital, "não necessita, para já de ter uma presença física", explica Soraya Gadit, CEO. Com um representante no país, a empresa oferece uma plataforma tecnológica web 2.0, que permite "melhorar processos e otimizar recursos". Outra tecnológica presente no país é a Saphety, que ambiciona crescer o volume de negócio das suas operações no país. ■ R.C.

Peso na facturação da Sovena e na Gallo é cada vez maior

O azeite português tem grande sucesso por terras brasileiras. A marca Andorinha, por exemplo, do grupo Sovena é já "a segunda marca de azeite no Brasil", informa Jorge de Melo, vice-presidente, frisando que, "nos últimos dez anos de presença naquele mercado, o Andorinha registou um aumento de 500% do volume de vendas, prevenido alcançar os 20% de quota de mercado em 2016". Para este ano, as previsões de crescimento "são na ordem dos dois dígitos", antecipa. Jorge Melo garante mais novidades no mercado, sendo que, em 2013, foi lançada uma embalagem em spray do azeite Andorinha. Outra das marcas de azeite presentes no Brasil é a Gallo, que desde 1908 está em todos os Estados brasileiros. O azeite é o produto referência da Gallo worldwide no país. Porém, a empresa "passou também a comercializar azeitonas e vinagre", refere Helena Bento, directora de negócios internacionais, que frisa o facto do país representar 75% da facturação do grupo. ■ R.C.

A Erik Bezerra e Associados é uma sociedade de advogados com sede em Brasília - Distrito Federal onde se encontra a cúpula dos poderes constituídos no Brasil (Ministérios, Entidades Reguladoras, Institutos, Tribunal de Contas da União, Banco Central do Brasil), bem como os Tribunais Superiores (Supremo Tribunal de Justiça, Tribunal Superior Eleitoral, Supremo Tribunal Federal).

Com uma localização estratégica, nos últimos anos a Erik Bezerra e Associados tem-se dedicado à assessoria jurídica a empresas em processo de internacionalização no Brasil, investidores e exportadores, privilegiando contactos com Câmaras de Comércio, Embaixadas e organismos estatais vocacionados ao apoio à internacionalização.

Direito Societário

Direito Tributário

Direito Imobiliário

Direito Ambiental

Direito da Regulação

Direito Administrativo

Direito Bancário

Direito do Desporto

Direito Civil



Rigor, Credibilidade e Transparência aliados ao estrito dever ético traduzem resultados de qualidade em tempo útil e a custo compatível com os interesses dos nossos clientes.

ERIK BEZERRA ADVOGADOS

SAS Quadra 03, Lote 02, Bloco C. Ed. Business Point Conjs. 901/903

Asa Sul - Brasília - DF Cep:70070-934

Telefone: + 55 61 3224-9061 Fax: + 55 61 3323-5710

www.erikbezerra.adv.br

Pestana vai abrir novo hotel

O grupo Pestana vai abrir a segunda unidade no Rio de Janeiro, sendo este o décimo hotel da cadeia no Brasil. As obras vão arrancar no primeiro trimestre de 2014. Presente no país desde 1999, altura em que adquiriu o actual Pestana Rio Atlântica, o grupo tem nove unidades no país, três das quais na Bahia, uma na cidade do Rio de Janeiro, outra em Angra dos Reis, um em São Paulo, outra em São Luís, e ainda em Natal e em Curitiba. Juntas, representam 14,5% do total da facturação do grupo, adianta fonte da empresa. Há três anos, o grupo investiu 25 milhões de reais na remodelação do Pestana Rio Atlântica.

Também o Grupo Tivoli Hotels & Resorts está no Brasil. Adquiriu em 2006, o Tivoli Ecoresort Praia do Forte, em Salvador. Em Fevereiro de 2009 abriu o Tivoli São Paulo - Mofarrej, próximo da Avenida Paulista. Filipe Santiago, Administrador de marketing e vendas diz não estar no horizonte novas aberturas no país, mas sim o foco “em continuar a melhorar os resultados destes dois hotéis”. ■ R.C.

TAP inaugura dois novos destinos

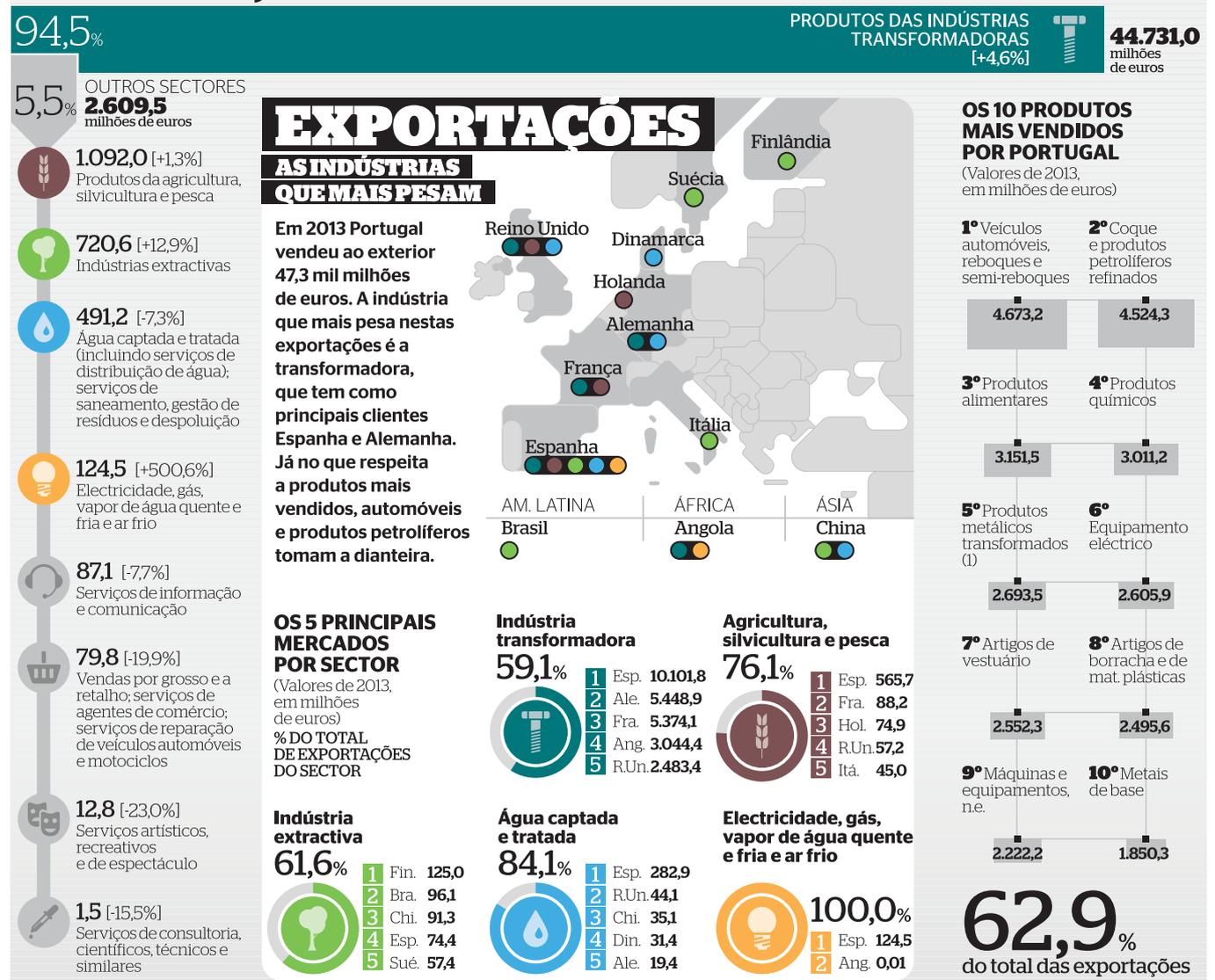
A partir de Junho a TAP vai ter dois novos destinos no Brasil: Manaus e Belém, passando para um total de 12, cobrindo todas as regiões geográficas e aumentando a sua oferta para 82 frequências semanais. A companhia aérea, que voa para o Brasil desde 1960, viaja hoje para dez destinos no país, atingindo uma média de 74 frequências semanais no conjunto das linhas servidas: Fortaleza, Natal, Recife, Salvador, Brasília, Belo Horizonte Rio, São Paulo, Campinas e Porto Alegre. Em Julho, a TAP vai ainda reforçar a sua operação para algumas cidades brasileiras, passando a ter 14 voos semanais de Lisboa e três do Porto para São Paulo e para o Rio de Janeiro, bem como sete voos semanais de Lisboa para Salvador. Em 2013, a TAP transportou, no conjunto das linhas do Brasil, 1.541.723 passageiros, mais 1,2% que em 2012. No total da sua rede global, foram mais de 10,7 milhões os passageiros transportados. ■ R.C.

EVENTS BY TLC

A Events by TLC, fundada por Diogo Assis (na imagem), que se dedica à organização de eventos corporativos, já tem escritórios no Rio de Janeiro e em São Paulo, contando com uma equipa de 12 pessoas. Em 2013, 35% da facturação do grupo (total de 10 milhões de euros), veio do Brasil. O 'break even' da operação já aconteceu e, em 2014, a empresa espera facturar acima de 10 milhões de euros só no mercado brasileiro.



47.340,4 milhões de euros exportados em 2013
PESO POR SECTORES
(Valores de 2013, em milhões de euros) [% - Variação 2013/12]



Vendas portuguesas ao exterior batem recordes

A exportação de produtos e serviços cresceu 5,7% em 2013.

As exportações portuguesas voltaram a crescer em 2013, sendo este o melhor ano de sempre nas vendas ao exterior. Em termos de produtos e serviços, o valor atingido foi de 68,2 mil milhões de euros, mais 5,7% que no ano anterior. No que respeita à exportação de produtos (ver infografia), o valor atingido foi de 47,3 mil milhões de euros, mais 4,6% que no ano anterior, de acordo com os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE).

Ainda de acordo com os dados do INE, que apenas analisam os produtos exportados, os produtos mais exportados por Portugal são os veículos automóveis, cujas vendas ao exterior caíram 4% face ao ano anterior. Os produtos petrolíferos refinados vêm logo a seguir, sendo que a exportação deste tipo de produto cresceu 27,4% (mais 973 milhões de

Em 2013 havia **22.685** empresas exportadoras em Portugal, mais 700 que em 2012.

euros). Os produtos alimentares estão no terceiro lugar da tabela (mais 16,3%). No top 10, destaque para o crescimento de 10% dos produtos metálicos transformados, para os 8,9% de produtos químicos e, ainda, para o decréscimo de 21% nas exportações de metais de base.

O resultado das exportações portuguesas terá, de acordo com Paulo Portas, excedido as previsões e as estimativas “tanto de entidades nacionais como de entidades internacionais”, referiu, na altura, durante uma conferência de imprensa na sede da AICEP Portugal Global. As vendas ao exterior representaram em 2013 41% do PIB, face a 39% em 2012. No ano passado, havia 22.685 empresas exportadoras, mais cerca de 700 face a 2012. ■ I.M.