

A NOVA DIPLOMACIA ECONÓMICA: ANÁLISE E PERSPECTIVAS



Luís Moita (org.)

Manuel Farto
Sérgio Nunes
Henrique Morais

OBSERVATÓRIO
DE RELACIONES EXTERIORES




UNIVERSIDADE
AUTÓNOMA
DE LISBOA

A NOVA DIPLOMACIA ECONÓMICA: ANÁLISE E PERSPECTIVAS



Luís Moita (org.)

Manuel Farto

Sérgio Nunes

Henrique Morais



Investigadores

Manuel Farto

Licenciado em Economia pelo ISEG. Doutorado em Economia pela Universidade de Paris-X. Docente no ISEG. Docente visitante da Universidade de Orléans (França) e da Universidade Federal da Paraíba (Brasil). Subdirector do Observatório de Relações Exteriores da UAL.

Sérgio Nunes

Licenciado em Economia pelo ISEG. Mestre em Economia e Gestão do Território pelo ISEG. Docente no Instituto Politécnico de Tomar.

Henrique Morais

Licenciado em Economia pelo Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG). Mestre em Economia Internacional pelo ISEG. Docente na UAL e na Universidade do Algarve. Assessor do Banco de Portugal. Membro do Conselho Directivo do Observatório de Relações Exteriores da UAL.

Ficha Técnica

Título

A nova diplomacia económica: análise e perspectivas

Organização

Observatório de Relações Exteriores

Edição

1.ª (2007)

Director Científico

Luís Moita

Local de Edição

Lisboa

Arranjo Gráfico

Cristina Sampaio

Editores

EDIUAL

Paginação e infografia

Bruno Filipe

ISBN

978-972-8094-91-1

Revisão

Neograf

Depósito Legal

261330/07

Impressão

Publidisa

© Observatório de Relações Exteriores e EDIUAL.

Índice

PREFÁCIO – <i>Luís Moita</i>	9
INTRODUÇÃO	13
PARTE I – A DIPLOMACIA ECONÓMICA CONTEMPORÂNEA: UMA	
REFLEXÃO TEÓRICA – <i>Manuel Farto</i>	15
1. A diplomacia económica: alguns aspectos conceptuais.....	16
2. A globalização e o reforço da função económica da diplomacia	17
3. Os objectivos actuais da diplomacia	21
4. As tarefas da diplomacia económica	24
5. Nota conclusiva: a nova diplomacia económica	26
PARTE II – DIPLOMACIA ECONÓMICA COMPARADA: ALGUMAS	
EXPERIÊNCIAS	29
1. O caso do Brasil – <i>Sérgio Nunes</i>	31
– Diplomacia económica e política económica externa: formas e conteúdos	31
– A arquitectura da diplomacia económica brasileira: o aprofundamento da componente comercial	34
– O papel da diplomacia económica no futuro: aspectos conclusivos	36

2. O caso da Espanha – Sérgio Nunes	37
– Diplomacia económica e política económica externa: formas e conteúdos	38
– A arquitectura da diplomacia económica espanhola	41
– O papel da diplomacia económica no futuro: aspectos conclusivos	43
3. O caso da Itália – Sérgio Nunes	44
– Diplomacia económica e política económica externa: formas e conteúdos	45
– A arquitectura da diplomacia económica italiana	46
– O papel da diplomacia económica no futuro: aspectos conclusivos	49
4. O caso da República Popular da China – Henrique Morais	50
– Balizando o problema: o século XXI chinês	51
– O comércio externo	53
– O investimento internacional	55
– A diplomacia económica da China	56
– A imagem exterior da China: entrave à economia ou nem por isso?	57
– A arquitectura da diplomacia económica da China	57
– O papel da diplomacia económica no futuro	61
5. Síntese conclusiva	61

PARTE III – DIPLOMACIA ECONÓMICA PORTUGUESA: A DIMENSÃO

POLÍTICO-INSTITUCIONAL – Henrique Morais	65
1. Anterior política portuguesa	65
– As embaixadas	66
– Da lógica de criação de embaixadas e consulados aos recursos humanos afectos às embaixadas	67
– O papel do Instituto do Comércio Externo Português – ICEP	71
– A Associação Portuguesa para o Investimento – API	72
– Outros organismos: a rede de conselheiros para a internacionalização da economia portuguesa e as câmaras de comércio	73
2. O modelo português de diplomacia económica e promoção externa	74
– A directiva política para a diplomacia económica	74
– Principais características do modelo implementado	76
– O investimento estrangeiro	78
– O papel do turismo	82

3. Algumas comparações e conclusões	83
PARTE IV – ANÁLISE COMERCIAL INTERNACIONAL E ESTRATÉGIAS	
PARA A REDE DE DIPLOMACIA ECONÓMICA – <i>Manuel Farto e Sérgio Nunes</i>	89
1. Identificação de países com maior dinamismo importador na década 1993-2003	90
2. Identificação dos produtos com maior dinamismo na década 1993-2003	91
– Estados Unidos da América	92
– Espanha	93
– Europa Central	93
– Índia	94
– China	95
– México	96
3. Estrutura das exportações portuguesas na década 1993-2003	97
– Produtos	99
4. Síntese dos resultados face à estrutura espacial de diplomacia económica portuguesa	101
5. A diplomacia portuguesa face às dinâmicas importadoras recentes	104
CONCLUSÃO	105
ANEXOS	109
BIBLIOGRAFIA	159

Prefácio

Desde o ano lectivo 1995-96 existe na Universidade Autónoma de Lisboa um centro de estudos de Relações Internacionais designado por Observatório de Relações Exteriores. No seu âmbito tem-se realizado um número considerável de projectos de investigação, quase todos de pendor universitário, mas também alguns encomendados por empresas, designadamente instituições bancárias, além de que esse centro co-edita com o jornal PÚBLICO o conhecido anuário JANUS, que se publica regularmente desde o final de 1996.

Um dos mais recentes projectos de investigação tinha por objectivo estudar algumas tendências de possível evolução da política externa portuguesa. A nossa preocupação era a de pesquisar que factores de novidade estão em curso na conjuntura internacional e que podem afectar, positiva ou negativamente, a posição de Portugal nesse mesmo contexto. Designámos esse projecto “Vértices da Política Externa Portuguesa”, atribuindo ao termo “vértices” o sentido de pontos de intersecção de vários traços, como se o perímetro da projecção de Portugal fosse percorrido por diversos cruzamentos de linhas de força, linhas que seria interessante analisar e cujo estudo pudesse ter utilidade para os decisores políticos e para os cidadãos em geral.

A presumível importância desse trabalho justificou que o então Presidente da República, Dr. Jorge Sampaio, nos desse a honra de atribuir o seu Alto Patrocínio ao projecto, o que se traduziu não apenas no apoio formal à ideia, como ainda na facilitação de contactos com fontes de informação e pontos de apoio institucionais. Por seu lado, o financiamento do processo de investigação ficou a dever-se aos patrocínios do Ministério dos Negócios Estrangeiros (de forma, é certo, um pouco simbólica, no tempo

da Ministra Teresa Patrício Gouveia) e de três instituições financeiras: o Millennium Banco Comercial Português, o BPI – Banco Português de Investimento e o BNU – Banco Nacional Ultramarino – Macau. A todos esses patrocinadores, aqui fica registado o nosso agradecimento.

As tendências – ou os “vértices” – que uma equipa de investigadores se propôs estudar eram, numa fase inicial, apenas três, admitindo que mais tarde outras seriam retomadas.

Primeira, era a novidade dos fluxos migratórios da Europa do Leste em direcção a Portugal. De modo imprevisto, a comunidade ucraniana era então a mais numerosa comunidade estrangeira no nosso país e muitos migrantes vindos de países daquela área ocupavam aqui numerosos postos de trabalho. Estávamos interessados em estudar este fenómeno migratório em si, mas, mais ainda, gostaríamos de apurar quais as potencialidades desse processo para as relações entre Portugal e o Leste europeu. Infelizmente, a parcimónia dos meios financeiros postos à nossa disposição não permitiu que este estudo fosse realizado, até porque seria o mais caro, implicando diversas viagens para contactos nas fontes dos movimentos migratórios. Fica assim à espera de nova oportunidade.

Uma segunda tendência foi efectivamente objecto de pesquisa e os seus resultados são publicados num outro livro desta mesma colecção, sob o título “Política externa europeia? Consequências para Portugal”. Como ali se verá, a evolução das instituições europeias no sentido de uma política externa e de segurança comum obrigava a colocar uma questão de primeira grandeza: qual vai ser, previsivelmente, a influência da PESC na política externa portuguesa? Mais: que reflexos nas próprias instituições diplomáticas portuguesas resultarão de uma diplomacia conjunta dos países membros da UE? É verdade que os conhecidos atrasos na aprovação do Tratado Constitucional europeu vieram travar a prevista evolução ou, pelo menos, limitá-la fortemente nas suas práticas. Mesmo assim, o tema continua presente na agenda europeia e temos de admitir que pode estar no horizonte um novo impulso a uma política comum nesses domínios e, nesse caso, é bem preferível que o país não se encontre desprevenido, seja nas opções em política externa, seja mesmo no que diz respeito à “máquina” diplomática.

A terceira tendência que seleccionámos para estudar era a da diplomacia económica. O tema tinha sido lançado com alguma pompa e circunstância pelo então Ministro dos Negócios Estrangeiros, Martins da Cruz, e foi, segundo consta, mal recebido nos meios diplomáticos. Tal circunstância, porém, não parecia desaconselhar que se investigasse uma matéria que tem representado uma prática corrente de muitos Estados e que, em certos casos, tem mesmo sido objecto de acção política coerente e persistente. Acresce que, do ponto de vista universitário, se formou mesmo um razoável “corpo” doutrinal ou um

trabalho de teorização que justificava inteiramente uma pesquisa sistemática. Os estudos feitos em torno da diplomacia económica são justamente os que ocupam este volume.

Como se poderá ver, a emergência da diplomacia económica surge numa fase em que a geopolítica é acompanhada, quando não suplantada, pela geoeconomia. A velha diplomacia, muitas vezes centrada nas relações bilaterais Estado a Estado e atribuindo porventura prioridade às questões de segurança, via-se agora confrontada com uma paisagem da vida internacional significativamente nova, onde o Estado se encontra lado a lado com mil outros agentes internacionalizados e onde as questões económicas quase tendem a prevalecer sobre o tradicional jogo de forças político.

Poderá argumentar-se, com razão, que a tendência para dar relevo à diplomacia económica já não é nova. Alguns exemplos podem mesmo considerar-se paradigmáticos. É o caso da política norte-americana. Já em 1993 a Casa Branca assumiu directivas no sentido de reorientar a acção externa do Estado com vista a apoiar a competitividade das empresas. Para tanto, identificou ou chamados BEM's – Big Emerging Markets – que seriam os principais países-alvo. Tratava-se dos seguintes: na América Latina, o México, o Brasil e a Argentina; na Ásia, a China (englobando Hong Kong e Taiwan), a Indonésia, a Coreia do Sul e a Índia; na Europa, a Polónia e a Turquia; no Continente africano, a África do Sul. Mais tarde foram acrescentados a Malásia, as Filipinas, a Tailândia e Singapura. Esta ofensiva diplomática no terreno da competição económica tinha como motivação e objectivo a liberalização do comércio internacional e visava, como condição de sucesso, a circulação de informação estratégica e a montagem de uma rede de “inteligência” económica que, logicamente, já não se identificava apenas com a tradicional espionagem industrial*. Esta pressão a favor do livre-câmbio encontrou o seu ponto alto com a assinatura do Tratado de Marrakech, em Abril de 1994, o qual abriu as portas para a entrada em vigor da Organização Mundial do Comércio (a partir de 1 de Janeiro de 1995). Este e tantos outros factores da atmosfera internacional vêm assim confirmar a importância de a política externa dos países enquadrar os novos imperativos das estratégias económicas.

A nossa expectativa é que os estudos aqui publicados tenham utilidade para a equação da diplomacia económica portuguesa, aprofundando alguns dados teóricos desse campo do saber, comparando com soluções de outros países e mesmo ousando avançar com algumas propostas da orientação geral e de sugestão institucional.

* Ver LOROT, Pascal, *La géoéconomie, nouvelle grammaire des rivalités internationales* disponível em: <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/FD001147.pdf>.

Introdução

O presente trabalho desenvolve-se em quatro pontos, terminando por uma tentativa de estabelecer algumas conclusões e proposições.

Com efeito, na sequência desta introdução procuraremos estabelecer algumas linhas do debate actual sobre diplomacia económica tal como o observamos. Salientaremos as dificuldades de um pensamento unificador nestas matérias que se plasma numa tridimensionalidade do objecto, dos objectivos e do método, sublinharemos a importância do movimento de globalização no reforço da diplomacia económica e procuraremos sistematizar tanto os objectivos que se colocam à diplomacia económica contemporânea como as tarefas que os diplomatas enfrentam nas suas funções cada vez mais enriquecidas pela importância assumida por este eixo da diplomacia, e concluiremos que para um país de dimensão e importância modesta no plano internacional é sobretudo a dimensão competitiva da diplomacia económica que urge considerar.

Deter-nos-emos seguidamente numa perspectiva comparativa na análise de quatro países relevantes para Portugal a vários títulos e que atribuem uma grande importância à diplomacia económica. O Brasil e a Espanha de organização tendencialmente dual, semelhante à portuguesa, corporizada num Ministério dos Negócios Estrangeiros para os assuntos políticos e uma estrutura com autonomia, dependendo do Ministério da Economia, e a Itália e China, com uma orgânica tendencialmente mais centralizada.

Uma digressão pela diplomacia portuguesa num plano político-institucional permitirá observar as dificuldades e insuficiências de uma prática dual que se traduziu por uma fraca cooperação entre as entidades envolvidas nos assuntos económicos internacio-

nais e uma significativa dispersão de esforços e meios que tem tornado pouco eficaz e porventura cara a actividade diplomática dirigida para estes fins. Anotaremos as recentes propostas de reforma e assumiremos uma posição num sentido integracionista.

Finalmente, faremos uma incursão sobre o comércio internacional, procurando sinais úteis para a dimensão e ordenamento geopolítico da rede diplomática no sentido de dar expressão à estratégia de desenvolvimento hoje geralmente assumida em Portugal, assente no desenvolvimento da produção de bens transaccionáveis. Para este efeito, usaremos da maior simplicidade de métodos, limitar-nos-emos às importações internacionais e sublinharemos sobretudo as dinâmicas importadoras dos nosso eventuais clientes.

Assim, identificaremos os países e produtos de maior dinamismo importador entre 1993 e 2003, especificando no segundo caso alguns países e regiões (EUA, Espanha, Europa Central, China, Índia e México). A dinâmica exportadora nacional será igualmente considerada para este período, tanto na perspectiva geográfica como na produtiva. Da comparação entre o perfil importador mundial, o perfil exportador português e a rede da diplomacia económica resultará uma avaliação que sugere a necessidade de uma dupla estratégia de reforço desta função na Europa Central e na Ásia.

PARTE I – A diplomacia económica contemporânea: Uma reflexão teórica

O tema da diplomacia económica vem suscitando um renovado interesse, tanto no plano académico, onde tem merecido um aprofundamento na perspectiva da ciência política, assumindo em definitivo o estatuto de matéria académica, como no plano político, com assumpção de um interesse crescente pelos mais variados governos, inclusive o português.

Alguns historiadores da diplomacia mundial, como Coolsaet (2001), sustentam que a actual ênfase na diplomacia económica não constitui em si um fenómeno novo contemporâneo mas apenas uma “*ressurgência cíclica*” do primado da utilização do aparelho diplomático, observável em épocas em que a regulação supranacional, estabelecida normalmente pelo grupo dos países mais fortes, como nos acordos de Bretton-Woods, se apresenta enfraquecida¹.

Todavia, a tendência mais geral é para considerar que novos factores se têm desenvolvido com importância bastante para justificar a denominação da diplomacia económica como, nomeadamente, nova ou pós-moderna. Analisar os fundamentos desta caracterização, clarificar os seus objectivos e precisar as suas tarefas constituem o objectivo do presente capítulo.

¹ A importância da diplomacia económica de hoje é comparável à do século XIX por parte dos Estados Industriais”, sublinha.

1. A DIPLOMACIA ECONÓMICA: ALGUNS ASPECTOS CONCEPTUAIS

Não existe uma *definição* precisa e única de diplomacia económica, dependendo desde logo da própria natureza e abrangência do conceito de diplomacia que lhe serve de base e cujas *nuanças* se perdem na história da diplomacia e do pensamento diplomático.

Provavelmente o essencial do debate a este propósito tenderá a situar-se entre uma posição de tipo tradicional representada por Barston (1977), por exemplo, para quem *“A diplomacia relaciona-se com a gestão das relações entre Estados e entre Estados e outros actores”*, mantendo a actividade diplomática na esfera pública, e uma concepção mais inovadora defendida por Saner e Yiu (2004) que estendem esta actividade à esfera privada, de modo a incluir “novos actores”, designadamente empresas transnacionais e Organizações não Governamentais (ONGs), como sujeitos do processo diplomático.

Embora tenhamos em grande consideração a análise desenvolvida por Raymond e Yiu, que nos parece portadora de importantes inovações nestas matérias, limitaremos a nossa reflexão actual exclusivamente à acção diplomática pública. Mesmo restringido o objecto ao campo da “acção pública”, a ausência de uma força analítica unificadora mantém-se.

Preocupados exclusivamente com a vertente negociação, Bayne e Woolcock (????), sublinham a incapacidade da diplomacia económica predizer resultados numa dada negociação internacional, o que os leva a substituir este tipo de abordagem em benefício da construção de um instrumento analítico que identifique o “*complex factor*” mais decisivo num significativo número de casos estudado.

Parece-nos todavia que o caminho mais positivo será o de conciliar as duas perspectivas. Sempre que seja possível tratar um problema na primeira perspectiva referida, mesmo que à custa de hipóteses razoavelmente simplificadoras, deve fazer-se. As tentativas de formalizar processos de resolução de conflitos como em Ponsati (2004) ou as análises de integração regional para prevenção dos mesmos, como as levadas a cabo por Schiff e Winters (1997), são vias interessantes de trabalho que não devem de modo algum ser subestimadas, mesmo se são conduzidas em ambiente altamente condicionado por hipóteses simplificadoras e longe do “*real world*”. Naturalmente, sempre que tal não seja possível ou a fim de integrar várias análises parciais, deve tentar-se a segunda via de trabalho, proposta pelos autores referidos.

Em qualquer caso, a pretensão, que transparece na análise de muitos autores contemporâneos, provenientes sobretudo das ciências políticas, de desenvolver os estudos

da diplomacia económica como disciplina autónoma e tendencialmente unificada parece-nos de difícil prossecução. Desde logo três formas de entender a diplomacia económica devem ser consideradas. A diplomacia económica como instrumento de resolução de conflitos, como instrumento de prevenção de conflitos, de que é exemplo a integração regional, e uma terceira forma onde a diplomacia económica nos aparece como instrumento de uma política económica internacional.

2. A GLOBALIZAÇÃO E O REFORÇO DA FUNÇÃO ECONÓMICA DA DIPLOMACIA

A reflexão actual sobre diplomacia económica refere-se insistentemente à globalização² como contexto fundamental para compreender a sua natureza actual. Sublinhemos alguns factores que vêm contribuindo para a dinamização e formatação da “nova diplomacia económica”.

Em primeiro lugar, a desintegração do sistema bipolar das relações internacionais com o fim da Guerra-Fria reduziu a importância atribuída à segurança e em consequência à política, dando relevo à diplomacia económica. Os países desenvolvidos que baseiam o seu poder na superioridade económica e militar foram transferindo as suas prioridades políticas para a esfera económica, procurando acomodar os seus interesses através dos mecanismos da diplomacia económica; os países em desenvolvimento integrando-se nas instâncias de decisão internacional e envolvendo-se em processos de integração regionais encaminham-se para um novo modelo de actividade diplomática afim de melhor proteger os seus interesses no processo de globalização em curso.

A desregulamentação e a liberalização do comércio e serviços e dos movimentos de capitais, com o consequente alargamento e intensificação do comércio mundial e dos fluxos internacionais de capital, constituem factos notáveis e uma tendência pesada da política económica internacional que tem vindo a gerar uma crescente interdependência entre as economias e interpela directamente a diplomacia económica aos seus vários níveis.

A crescente interdependência económica e política entre mercados, Estados, governos, ONGs, entre outros, desenvolve-se num ambiente caracterizado por relações

² Geralmente entendida como um processo transformador da organização das relações internacionais, criando um complexo conjunto da interconexões e interdependências que afectam todas as esferas da vida económica, social e política dos países.

fragmentadas e crescente complexidade, cuja natureza frequentemente se exprime em fenómenos de concorrência mas igualmente de colaboração, captados pela nova economia na feérica expressão de “*coopetition*” apelando frequentemente para formas de intervenção diplomática.

Os interesses económicos, em parte devido ao fim da Guerra Fria, em parte devido ao longo processo de liberalização e de desregulamentação das trocas entre nações que conduziram à globalização e à mundialização, pesam cada vez mais nas relações internacionais. Sendo indiscutível a abrangência do processo referido como globalização é essencial sublinhar que a sua natureza profunda radica na formação e funcionamento de mercados globais que avalizam, em última instância, tanto as estratégias empresariais como as acções da diplomacia económica³. A globalização é a afirmação do primado do mercado na economia mundial, tanto em profundidade como em extensão, é o deslocamento do poder para o mercado, com o consequente enfraquecimento da regulação política e dos Estados nacionais, é o reforço da esfera privada sobre a esfera pública, é, enfim, o domínio da eficiência e do cálculo económico sobre os outros valores sociais e políticos. Numa palavra, é o primado da instância económica e financeira sobre as outras instâncias sociais e políticas.

Em segundo lugar, o novo quadro interpela a diplomacia económica que surge como uma espécie de substituto pobre da gestão global através do qual se procura introduzir alguma ordem no sistema de comércio internacional, no sistema financeiro, no ambiente e mesmo nas tentativas tímidas de fazer face à pobreza, traduzindo-se no alargamento da actividade diplomática a novas funções e actores e materializando-se numa das importantes consequências da globalização.

Os Estados procuram igualmente tirar proveito das organizações supranacionais, designadamente das entidades reguladoras (*World Trade Organization, International Telecommunication Union, ...*), quer no sentido de atrair investimento directo estrangeiro e tecnologia, quer beneficiando as suas empresas em termos de oportunidades de investimento e acesso a mercados e factores.

Ao mesmo tempo que as referências das empresas, designadamente em matéria de concorrência, mercados e *inputs*, se tornam cada vez mais internacionais, estas esforçam-se, através de fusões, aquisições, *joint ventures* e outras formas de alianças, por influenciar tanto os Estados nacionais como as entidades reguladoras internacio-

³ Como observa P. J. Lloyd (11), “*The markets of all countries we trade with are linked by trade in an increasingly integrated single global market*”.

nais. As empresas, sobretudo as grandes, na medida em que se internacionalizam, desenvolvem crescente actividade diplomática ao conduzirem as suas acções em múltiplos países, sendo obrigadas a discutir com os governos locais e entidades regionais novas condições, novos investimentos, obrigações sociais, ambientais e mesmo éticas, para além, é claro, da criação de organizações empresariais internacionais, como o *TransAtlantic Business Council*, com a missão de desenvolver o *lobby* empresarial através de funções diplomáticas.

A sociedade civil, através das ONGs mas igualmente sindicatos e outras entidades, tendem a organizar-se igualmente no plano supranacional, intervindo aos diversos níveis – económico, direitos humanos, ambiental, legislação laboral – num plano claramente diplomático, procurando influenciar as decisões de governos nacionais e de estruturas de regulação. Algumas regiões infranacionais, devido à existência de movimentos descentralizadores do poder “através da aplicação do princípio da subsidiariedade”, vão criando representações de tipo diplomático no exterior. A proliferação de actividades diplomáticas por parte de alguns ministérios especializados – Economia (FMI, BM), Comunicações (ITU), Trabalho (OMT), Comércio (OMC) constitui outro elemento a ter em conta quando se analisa esta actividade.

Em terceiro lugar, outro facto novo que é indispensável sublinhar relaciona-se com o surgimento de países emergentes dotados de capacidades económicas consideráveis, crescente importância social e política, constituindo um novo e importante elemento deste movimento de globalização. Estes contribuem não apenas para reequacionar o *statu quo* da diplomacia económica em geral, mas também, compreendendo a necessidade de reformular a sua própria diplomacia, agora que as suas economias assumem um novo patamar e perfil industrial, para formatar uma atitude agressiva nos mercados internacionais.

Com efeito, embora Coolsaet possa estar correcto ao afirmar que o ambiente competitivo entre Estados e empresas é semelhante ao que se vivia no século XIX entre os Estados industriais da época, a chegada à concorrência internacional, que estão a alterar rapidamente as suas tradições e estrutura diplomáticas adaptando-as às novas condições da concorrência internacional de novos países industrializados, é portadora de novas consequências para além do simples efeito quantitativo, designadamente de reforço do papel e importância da diplomacia económica.

Não é de estranhar, portanto, que a diplomacia económica se tenha transformado num ponto decisivo da agenda dos novos países industrializados e emergentes.

Por último, existe ainda uma outra força que, embora de forma indirecta, impulsiona o enriquecimento de conteúdo da função diplomática. Trata-se da afirmação do

sector privado sobre o público, designadamente a nível ideológico e do primado da eficiência⁴, levando à adopção pelos Estados da prática generalizada do cálculo económico em todas as suas áreas de intervenção.

Com efeito, a despesa pública tende cada vez mais a ser pressionada no sentido da introdução da análise custo/benefício em todos os sectores. As políticas públicas, qualquer que seja o seu domínio, não podem subtrair-se à necessidade da aplicação do cálculo económico. Provavelmente, uma das mais importantes contribuições do paradigma liberal conservador nas duas últimas décadas relaciona-se com esta questão, com o desenvolvimento de uma nova exigência no sector público onde todas as actividades devem ser submetidas a uma análise de custo/benefício.

Neste sentido, a actividade e estrutura diplomáticas devem igualmente integrar-se neste movimento geral de avaliação, incorporando a análise económica em toda a sua acção. De resto, o possível esvaziamento de funções políticas devido ao desenvolvimento de estruturas regionais integradas e o acesso directo e rápido ao nível de consultas entre governos sem intervenção das estruturas diplomáticas tende a colocar estas perante uma de duas possibilidades. Ou se desenvolve um processo de *downsizing* das estruturas diplomáticas tornando-as compatíveis com as suas funções em progressivo esvaziamento, o que pode em certos casos levar à inexistência de uma massa crítica de acções que justifiquem a sua manutenção em certos lugares, sendo a pura função de representação cada vez menos razão bastante para justificar custos elevados; ou se desenvolve um processo de enriquecimento das funções, introduzindo novas actividades, conotadas designadamente com a diplomacia económica, como parte integrante ou mesmo fundamental da nossa projecção externa, rompendo, decididamente, com o posicionamento tradicional da corporação diplomática face à diplomacia económica⁵.

⁴ Registe-se que os governos precisam de atingir objectivos de bem-estar acomodando as interacções entre a economia doméstica e internacional ao mesmo tempo que estão cada vez mais submetidos a pressões de "accountability" que evitem o défice democrático e a exposição à crítica da sociedade civil.

⁵ Esta necessidade é mais premente em Portugal por duas principais razões: a transferência de funções de soberania para a União Europeia e as profundas alterações intervenientes na posição de Portugal no mundo, a necessária compatibilização da sua representação externa com a sua real dimensão e a tomada em consideração de que muitas das funções diplomáticas, consultas e preparação de decisões se operam directamente entre governos sem intervenção das estruturas diplomáticas. Não é improvável que desta reavaliação resulte a consideração de uma sobre-representação externa face às funções reais que hoje a política externa desempenha integrada no quadro da PESC, perdidas as colónias africanas e considerando a sua pequena dimensão. Não é portanto improvável que os custos da função e estrutura diplomática sejam hoje muito elevados considerando a situação referida e o papel político que Portugal desempenha internacionalmente.

3. OS OBJECTIVOS ACTUAIS DA DIPLOMACIA

Se, como referimos, a globalização é a afirmação do sistema mercantil em profundidade e extensão, o problema fundamental do mundo de hoje situa-se na necessidade para os diversos países e regiões de se integrarem de forma dinâmica no processo de globalização que está em curso. A relação com o exterior tornou-se vital para atingir as finalidades nacionais do bem-estar e do desenvolvimento. Pode dizer-se que se afirma hoje claramente o primado do ambiente internacional que deixou há muito de ser uma estrutura enquadadora para se tornar circunstância determinante.

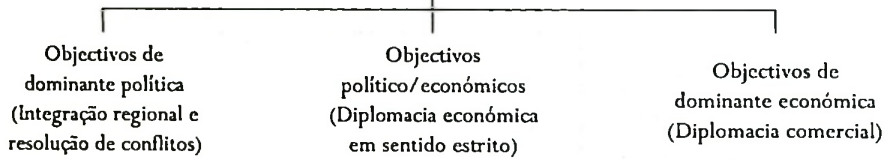
Com a mundialização, os Estados perderam o monopólio que possuíam na condução das políticas nacionais, pelo que o ponto de partida das análises e das políticas não pode ser senão internacional. Os mercados e a liderança oligopolística dos Estados poderosos conduzem a uma sobredeterminação externa que condiciona em definitivo a situação e as políticas dos Estados nacionais, embora estes permaneçam como a legitimação dos poderes, ainda que cada vez mais reduzidos, mas ainda assim importantes, nada os impedindo de desenharem estratégias nacionais competitivas implementáveis no quadro global e de as executarem com determinação.

Assim, ao mesmo tempo que a diplomacia económica vem assumindo como objectivo último o crescimento e o desenvolvimento, ela não pode perder de vista a preservação da segurança, condição igualmente decisiva para alcançar o bem-estar social. Nestas condições, a distinção entre objectivos políticos e económicos está longe de ser clara, não se podendo eliminar da reflexão as estratégias diplomáticas que visam finalidades económicas para daí retirar resultados políticos. Se uma acção diplomática é portadora em última instância de um projecto político este pode ser precedido de etapas económicas desejáveis e viáveis que são, em si mesmas, verdadeiros objectivos.

A acção da diplomacia económica pode ser observada segundo três eixos consoante a importância relativa dos objectivos políticos ou económicos: a acção de segurança, onde os objectivos políticos são dominantes, a acção reguladora, onde as duas ordens de objectivos se conjugam e a acção competitiva, de clara dominância económica.

A tendência para sublinhar a crescente importância da diplomacia económica traz consigo a tentação de lhe alargar excessivamente o âmbito. A diplomacia económica deve ser encarada como instrumental, pode apresentar-se servindo um ou mais objectivos, sejam de política geral ou de política económica externa. Frequentemente, como nos processos de integração regional ou na prossecução de acordos multilaterais, tende a prosseguir simultaneamente aquela dualidade de objectivos.

Diplomacia Económica



A integração económica, sobretudo de características regionais⁶, é um dos meios de exercer a acção de segurança. O caso da integração económica europeia é por si mesmo exemplar. Sendo certo que este projecto visava o desenvolvimento do comércio livre intra-europeu, ele tinha igualmente como objectivo a segurança política da própria Europa. Admite-se que, em geral, o maior inter-relacionamento económico tenda a reduzir a conflitualidade entre Estados. Nestas circunstâncias, como quando intervenha a resolução de conflitos, o objectivo dominante é político, frequentemente de política de segurança⁷. Neste sentido, poderíamos ainda considerar uma distinção entre o cumprimento de objectivos de prevenção de conflitos, como decorre da integração regional, e a prossecução de objectivos relacionados com a resolução de conflitos, caso em que a intervenção da diplomacia económica procura contribuir para uma solução, apoiando ou sancionando economicamente uma ou mais partes em conflito⁸.

A acção reguladora exerce-se através da participação do país nas negociações para a definição da Ordem Económica Internacional e na construção de Agrupamentos Regionais. Através destas acções, a política económica externa, utilizando a diplomacia económica, organiza a transferência de poderes internacionais e regionais, uma vez que os Estados nacionais perderam a exclusividade do controlo sobre os seus processos económicos e sociais, embora possuam ainda margens elevadas de responsabilidade, que vai desde a utilização dos meios orçamentais até à preservação da coesão social. Neste sentido deve notar-se que os Estados permanecem fortemente responsáveis pela prosperidade do país, como pode ser observado pela importância dos Estados nacionais no desenvolvimento económico dos NICs,

⁶ A análise de integração regional como prevenção de conflitos, como a levada a cabo por Schiff e Winters (1997) mostra que a RIA pode maximizar o bem-estar colectivo, pelo menos transitoriamente, porque se admite que a prossecução do comportamento de maximização tornará a política de comércio livre cada vez mais aberta no tempo.

⁷ Note-se que a integração regional pode de certo modo considerar-se como um substituto das despesas militares para finalidades de segurança. Poderíamos neste sentido imaginar uma *iso-security line* exprimindo a obtenção de um mesmo nível de segurança, através de diferentes combinações de integração regional e de despesas militares.

⁸ Assunto que tem merecido interessantes desenvolvimentos, designadamente por autores como Ponsatí (2004).

sobretudo através da influência que exercem no ambiente de trabalho das empresas e dos actores económicos em geral.

Na acção da diplomacia económica em muitas instâncias e organizações internacionais torna-se difícil separar os objectivos políticos dos objectivos económicos, dependendo sobretudo das características das próprias organizações. Esta acção é naturalmente muito limitada no que concerne a países de reduzida dimensão ou pouco desenvolvimento.

Por último, a acção da diplomacia económica na sua vertente comercial ou competitiva define-se por objectivos exclusivamente económicos, embora enquadrados por regras e acordos estabelecidos a outros níveis. A acção competitiva refere-se sobretudo à afirmação de um Estado competitivo e ao apoio às empresas nacionais operando na esfera internacional. Na verdade, se o Estado aceita participar no jogo da globalização, não apenas as suas empresas mas ele próprio se integra na concorrência internacional, impondo a sua presença no mercado através de políticas de nichos e desenvolvendo pontos fortes que lhe confirmem vantagens decisivas.

A capacidade de atracção dos investimentos internacionais impõe igualmente um “*marketing mix*” que se exprime designadamente através da estabilidade e níveis de fiscalidade, custos sociais para as empresas, simplificação administrativa e eficácia dos meios de comunicação.

A acção competitiva impõe igualmente um esforço de inovação permanente por parte das empresas nacionais que, embora contando com os indispensáveis apoios estatais, devem investir em investigação e desenvolvimento por forma a controlar a informação no sentido de uma maior sofisticação das suas estratégias e operações. A sedução de recursos humanos internacionais e a qualificação dos nacionais nos melhores estabelecimentos exteriores pode contribuir significativamente para estes objectivos.

Face à proliferação referida de funções diplomáticas de actores e países que emergem nos mercados internacionais, acentua-se a necessidade de uma política de coordenação no âmbito político-económico. Compreende-se assim que não se possa prescindir, caso pretenda ser eficiente, da posse de uma estratégia integrada e coerente face ao mundo exterior que compatibilize os objectivos políticos e económicos, definindo o que poderíamos denominar de política económica externa. Esta concilia os objectivos nacionais em matéria de política externa com as ambições do país em matéria económica face ao exterior, definindo estratégias que integram aqueles dois níveis e definem a nível internacional prioridades por região e/ou país. Para cada região ou país deverão ser definidos objectivos específicos e o conjunto de acções a empreender, bem como os meios a afectar, tanto em termos humanos como financeiros.

Compreende-se igualmente que os diversos países, sobretudo os que emergem agora na economia internacional, repensem as funções da sua rede diplomática, tanto nas suas funções e tarefas como na sua estrutura.

4. AS TAREFAS DA DIPLOMACIA ECONÓMICA

A actividade da nova diplomacia económica no âmbito dos objectivos económicos incluiria uma orientação estratégica desenvolvida através da prossecução de objectivos gerais no domínio económico e comercial, designadamente:

- influenciar as políticas económicas e sociais para criar as melhores condições para o desenvolvimento económico e social;
- trabalhar com as estruturas reguladoras internacionais cujas decisões afectam o comércio internacional e a regulação financeira;
- prever e prevenir conflitos potenciais com governos estrangeiros, ONGs e outros actores da esfera económica, minimizando os riscos económicos e políticos;
- usar os múltiplos fóruns, *media* e canais internacionais para salvaguardar a imagem e reputação do país e das suas empresas e instituições – “*reputation capital*”;
- criar “capital social” através do diálogo com outros interlocutores que podem ter influência sobre o processo de desenvolvimento económico e de globalização;
- pugnar pela criação de uma imagem do país como nação moderna ancorada numa enorme riqueza histórica, digna de confiança e sustentada numa política previsível;
- manter a credibilidade e legitimidade dos seus corpos representativos aos olhos do público e das suas próprias comunidades.

Na acção da nova diplomacia económica é ainda possível distinguir, como vimos anteriormente, dois eixos: a acção reguladora ou diplomacia económica em sentido estrito e a acção competitiva ou diplomacia comercial.

A diplomacia económica relaciona-se directamente com a política económica e diz respeito, nomeadamente, ao trabalho a exercer pelas delegações junto das organizações internacionais do tipo da Organização Mundial do Comércio (OMC) ou do Banco Mundial (BM), analisar e dar conta ao governo central das políticas económicas nos países estrangeiros e aconselhar a melhor forma de as influenciar ou de as enfrentar.

Esta função é conduzida pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros (MNE) e é cada vez mais exercida por diplomatas dos ministérios especializados. Do ponto de vista instrumental, a este nível os processos assumem uma forma essencialmente de negociação e dizem respeito a domínios como:

- sectores prioritários para as exportações;

- acordos que promovam a exportação de bens e serviços;
- regimes jurídicos favoráveis;
- desenvolvimento de programas de cooperação;
- disponibilização de fundos financeiros (caso português na União Europeia).

Note-se, todavia, que a intervenção a este nível é, como referimos, relativamente limitada quando se trata de países pequenos e/ou emergentes que ainda não puderam obter um estatuto ou força internacional, mesmo se o país em questão se encontra integrado numa esfera regional.

Por seu lado, a diplomacia comercial relaciona-se com o trabalho de missões diplomáticas mais ou menos dependentes do MNE, apoiando os sectores financeiro, industrial e comercial do país bem como as missões nacionais no estrangeiro em função do objectivo do desenvolvimento nacional.

O diplomata que representa os interesses do seu país, proporciona serviços às empresas (salvaguardando os interesses das empresas nacionais no estrangeiro e atraindo investimento directo estrangeiro para o seu país) e reporta aos ministérios dos Negócios Estrangeiros e da Economia, podendo ou não exercer as suas funções nos espaços das embaixadas e consulados do país no exterior.

Este tipo de intervenção da diplomacia insere-se numa lógica substancialmente diferente da referida acima: integra-se numa orientação competitiva muito mais do que cooperativa e recorre a instrumentos muito mais associados ao *lobbying* e ao *marketing* do que à negociação.

As áreas de intervenção da diplomacia comercial são fundamentalmente:

- a) A análise, avaliação e apoio, designadamente:
 - análise de situação;
 - identificação de restrições e entraves;
 - detecção de novas tecnologias;
 - avaliação política de riscos de investimento;
 - exploração de oportunidades de negócio e apoio;
 - apoio com cedência de meios⁹.
- b) Promoção do país no quadro de cada mercado-alvo:
 - exportação de bens e serviços¹⁰;

⁹ Oferta de uma estrutura de acolhimento nas embaixadas e aos representantes profissionais para a organização de acções de promoção pontuais.

¹⁰ Através, nomeadamente, da organização de missões comerciais e acompanhamento eventual de operadores nacionais durante as suas deslocações e de operações de comunicação e difusão em coordenação com os organismos interessados.

- atracção do turismo;
 - captação de investimentos;
 - gestão da ajuda (quando for o caso).
- c) Activação de canais de comunicação e influência:
- acompanhamento das empresas nacionais;
 - organização do “lobby” nacional;
 - estruturação de rede de contactos, envolvendo associações empresariais;
 - câmaras de comércio e agentes económicos nacionais estabelecidos localmente;
 - mobilização de apoios internacionais (ou, no caso português, comunitários);
 - estabelecimento de relações entre operadores nacionais e estrangeiros.

Para cumprir estas tarefas, os diplomatas deverão estar na posse dos instrumentos básicos para compreender os mecanismos de funcionamento de uma economia e da sua própria economia.

A capacidade de analisar as dinâmicas de funcionamento e desenvolvimento da economia do país alvo parece ser um requisito, designadamente a nível do cabaz de produtos exportados e importados, do perfil dos investimentos estrangeiro, da identificação das capacidades tecnológicas, das actividades dos principais concorrentes actuais ou potenciais. A detecção dos parceiros económicos, desde as empresas, associações, câmara de comércio, grupos de pressão especialistas em ciência e tecnologia, entre outros, revela-se igualmente fundamental¹¹.

É claro que a diplomacia económica deve dispor de meios e recursos orçamentais que a sua missão exige, permitindo-lhe deslocar-se sem entraves nos países de acreditação e de comunicar segundo as exigências de rapidez das situações e de toda a acção que concorra para a realização dos seus objectivos.

5. NOTA CONCLUSIVA: A NOVA DIPLOMACIA ECONÓMICA

Uma apreciação da literatura existente sobre diplomacia económica permite constatar, em primeiro lugar, a ausência de um conceito unificador e de uma teoria unificada. A concepção e por vezes o método presente na análise da resolução e prevenção de conflitos é diferente, e por vezes fundamentalmente diferente, da que enforma as múltiplas estratégias de concorrência e cooperação à escala global.

¹¹ Um “*briefing guide*” devidamente actualizado, acessível e aferido pelos dos países concorrentes, contendo o perfil económico básico do país, os seus principais indicadores, a organização económica, impostos e taxas aduaneiras, estruturas bancárias, organizações empresariais, principais exportadores e importadores, como o do “*US Commerce Departement guide notes*”, é certamente útil e confere eficácia adicional ao planeamento e às acções a desenvolver.

Em certo sentido surgem como o oposto. Nas primeiras, o objectivo determinante é a segurança (comum) e a cooperação, nas segundas o objectivo dominante é o desenvolvimento económico do país e a concorrência. A acção reguladora procura conciliar os diferentes objectivos.

Neste caso, situações conflitantes podem vir a desenhar-se, pelo que, mesmo neste segundo caso, a prossecução dos diversos objectivos deve ser conduzida sem pôr em causa, i.e., sem reduzir, os níveis de segurança. Em certo sentido poderíamos distinguir entre diplomacia económica cooperativa, que visa elevar os níveis de segurança, e a diplomacia económica competitiva, que visa elevar os níveis de acção económica preservando os níveis de segurança. Estes constituem, neste caso, não um objectivo mas uma restrição.

O que é frequentemente conhecido como nova diplomacia económica insere-se no segundo caso referido e torna-se cada vez mais decisivo para as pequenas economias abertas, não apenas nas já desenvolvidas mas sobretudo para as menos desenvolvidas. Com efeito, por força do movimento de globalização, da assumpção de protagonismo industrial e político dos países emergentes e por pressão da integração do cálculo económico em toda a vida pública, as estruturas diplomáticas vêem-se decididamente desafiadas a uma adaptação dinâmica que passa necessariamente pelo enriquecimento das suas funções e alargamento dos seus objectivos.

Mais, a dar-se o caso de que a estratégia de desenvolvimento do país assente na produção de bens transaccionáveis, tal implica a existência de uma tradição e dinâmica no sector exportador ou a definição de uma política económica internacional, o que confere à diplomacia económica um lugar muito importante, procurando influenciar decisões nos organismos internacionais, atrair investimentos de conteúdo tecnológico elevado, sobretudo para o sector de bens transaccionáveis, pesquisa de mercados e nichos para os produtos nacionais e de oportunidades de negócios e apoio logístico para as empresas nacionais operando no exterior. Com efeito, dadas as características da globalização, a defesa dos interesses económicos nacionais começa a defender-se no exterior através de uma pressão nos mercados e nichos globais.

Tal significa novas exigências no campo da política económica externa através da clarificação de objectivos e sua compatibilização, fixação de estratégias adequadas para espaços diferenciados, organização de uma rede de diplomacia económica leve, flexível (de geografia e geometria variável) e movida por critérios de eficiência, e a definição e controlo das tarefas dos agentes mobilizados para o efeito.

The first part of the paper discusses the importance of the study of the history of the United States. It is argued that a knowledge of the past is essential for a full understanding of the present. The author then goes on to discuss the various factors which have shaped the development of the United States, including the influence of the British, the Spanish, and the French. He also discusses the role of the American people in the creation of the nation. The second part of the paper is a detailed account of the American Revolution. It begins with the outbreak of the war in 1775 and continues through the end of the war in 1783. The author describes the military and political events of the war, as well as the social and economic changes that took place. He also discusses the role of the American people in the war. The third part of the paper is a discussion of the American Constitution. It begins with a description of the Constitution and its principles. The author then discusses the various amendments to the Constitution and the role of the Supreme Court. He also discusses the relationship between the federal government and the states. The fourth part of the paper is a discussion of the American Civil War. It begins with the outbreak of the war in 1861 and continues through the end of the war in 1865. The author describes the military and political events of the war, as well as the social and economic changes that took place. He also discusses the role of the American people in the war. The fifth part of the paper is a discussion of the American Reconstruction. It begins with the end of the Civil War in 1865 and continues through the end of Reconstruction in 1877. The author describes the political and social events of Reconstruction, as well as the role of the American people. The sixth part of the paper is a discussion of the American Gilded Age. It begins with the end of Reconstruction in 1877 and continues through the end of the Gilded Age in 1900. The author describes the economic and social changes of the Gilded Age, as well as the role of the American people. The seventh part of the paper is a discussion of the American Progressive Era. It begins with the end of the Gilded Age in 1900 and continues through the end of the Progressive Era in 1920. The author describes the political and social events of the Progressive Era, as well as the role of the American people. The eighth part of the paper is a discussion of the American New Deal. It begins with the end of the Progressive Era in 1920 and continues through the end of the New Deal in 1945. The author describes the political and social events of the New Deal, as well as the role of the American people. The ninth part of the paper is a discussion of the American Cold War. It begins with the end of the New Deal in 1945 and continues through the end of the Cold War in 1991. The author describes the political and social events of the Cold War, as well as the role of the American people. The tenth part of the paper is a discussion of the American present. It begins with the end of the Cold War in 1991 and continues through the present. The author describes the political and social events of the present, as well as the role of the American people.

PARTE II – Diplomacia económica comparada: algumas experiências

O fim da Guerra Fria, o impacto da revolução nas tecnologias de informação e de comunicação e a supremacia do capitalismo de mercado, mudaram para sempre as características dos sistemas e das relações económicas internacionais. Sem exemplos do passado, a economia e a política seguem e produzem padrões de relacionamentos interactivos que levam os agentes a decidir em contextos simultâneos não lineares de grande incerteza. Dos conflitos globais bem definidos rapidamente se evoluiu para conflitos locais (instáveis e com consequências dificilmente compreendidas, até porque não existem decisões políticas que não interajam com aspectos de natureza económica) que evoluem simultaneamente com o processo de globalização económica, aumentando a complexidade nos contextos e nas intervenções que cada agente (país, empresa, indivíduo...) pretende efectuar. A consequência imediata é a necessidade de alterar profundamente as formas de organização de cada país e, nestes novos enquadramentos ideologicamente construídos, a política externa é cada vez mais “a política”, quer pelo factor mobilizador da harmonização de regras e mercados, quer pelo facto de a política interna estar cada vez mais dependente da forma como os sectores público e privado são capazes de participar nos circuitos mundiais de criação de riqueza.

A diplomacia económica pode então ser entendida como um instrumento para a reorganização geográfica da prosperidade económica com repercussões evidentes no bem-estar das sociedades em geral¹². Contudo, o jogo da diplomacia económica já

¹² Para melhor compreender a diferenciação técnico-conceptual utilizada neste texto (diplomacia económica em sentido estrito e diplomacia comercial – ambas consubstanciando a “Nova Diplomacia Económica”) ver capítulo 1.

não é o mesmo do passado, embora antigos actores persistam em equipar-se com técnicas e estratégias que já não permitem atingir limiares mínimos de participação efectiva nas novas realidades económicas e políticas. Hoje, mais do que diplomacia, requer-se conhecimentos técnicos profundos e capacidades de poder negocial em rede; exigem-se diversas capacidades diferentes num mesmo palco de discussão e a capacidade para retirar dividendos da interacção entre diferentes palcos, convertendo-os rapidamente em mais-valias económicas.

O objectivo deste capítulo passa pela apresentação e análise de algumas experiências de sistemas de diplomacia económica. Os países escolhidos foram o Brasil, a Espanha, a Itália e a China. O Brasil mereceu a nossa atenção devido ao facto de ser um espaço de relacionamento privilegiado com Portugal e por ter vindo progressivamente a esforçar-se por desenvolver uma posição mais dinâmica e intervencionista no continente americano e na esfera internacional, nomeadamente tomando posições ao lado de algumas economias emergentes como a Índia e África do Sul. Importa, pois, tentar perceber o papel que é dado à diplomacia económica brasileira nestes desafios. A Espanha é o maior parceiro comercial português, pertence ao mesmo espaço económico e compete com Portugal em muitas zonas geográficas e económicas. A Itália tem vindo a reformular todo o seu sistema de diplomacia económica, procurando integrar os vários organismos de diplomacia e promoção económica e comercial numa estrutura homogénea e territorialmente desconcentrada, sendo um caso interessante de analisar pela orgânica em curso e pelos ensinamentos que daí se podem retirar. A China é o caso do momento. As acções dos estrategas chineses procuram formar alianças e acordos que posicionem a China como actor socio-económico de nível mundial. As suas ambições desenvolvem-se ao longo de três vectores orientadores: a forma de responder às suas necessidades energéticas, a progressiva ocupação do espaço geopolítico deixado pela ex-URSS e a posição de destaque que a China pretende ocupar como interlocutor do diálogo entre os “países do Sul”.

Será elaborada, para cada país, uma breve introdução, a análise da arquitectura do seu sistema de diplomacia económica e apresentam-se alguns aspectos conclusivos e indicações para o futuro. O caso da China será tratado com uma profundidade superior, ao nível nomeadamente do enquadramento geral, em função da crescente importância que este país tem vindo a ganhar na esfera internacional. Por outro lado, não são conhecidos muitos trabalhos de referência que façam do seu objecto o sistema de diplomacia económica chinesa.

1. O CASO DO BRASIL

- O Brasil é um país dotado de tradições sólidas na sua política externa e orientando-se por princípios claros no que diz respeito aos seus “interesses externos”. Mesmo as diversas crises financeiras e os problemas recorrentes com a sua balança de pagamentos são vistos, neste particular, como fenómenos conjunturais que, regra geral, não conduzem a alterações bruscas nas grandes linhas de orientação da sua política externa.
- O Brasil tem uma longa história de relações e acordos com o exterior, muitos deles de natureza económica explícita e a sua política externa pretende condensar uma certa noção de soberania e defesa dos “interesses nacionais”, prossequindo muitos dos seus objectivos externos por intermédio da diplomacia económica. Nos últimos anos muitas das posições dominantes em contextos regionais, e até supra-regionais, resultam de factores e de fenómenos económicos, quando no passado recente tinham frequentemente uma base de sustentação muito mais político-militar do que económica.

Diplomacia económica e política económica externa – Formas e conteúdos

O modelo de diplomacia económica brasileiro tem-se socorrido de uma diplomacia muito mais económica em sentido estrito do que comercial, maioritariamente virada para a participação brasileira nas conferências económicas e nas negociações económicas internacionais¹³. Os grandes esforços da diplomacia brasileira continuam maioritariamente concentrados nas negociações no âmbito da ALCA¹⁴, do Mercosul¹⁵, do G3¹⁶, G20¹⁷ e de acordos comerciais com a União Europeia e a Organização Mundial do Comércio (OMC), para além de alguns acordos unilaterais com diversos países. São escassos os esforços e as acções desenvolvidas sobre

¹³ A participação do Brasil nos fluxos de comércio internacional representa apenas cerca de 1%, valor relativamente modesto se levarmos em linha de conta a dimensão política e económica brasileira (agricultura, indústria, siderurgia, aeronáutica,...). Saliente-se o facto de apenas 13 países do mundo dominarem toda a cadeia da indústria aeronáutica (concepção, desenvolvimento, produção, certificação e pós-venda).

¹⁴ Aliança de Comércio das Américas – Iniciaram o processo 34 países pretendendo desenvolver uma área de livre comércio, do Alasca à Patagónia.

¹⁵ Mercado Comum do Sul – Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai são os países membros. A Bolívia, o Chile e o Peru são países associados.

¹⁶ Fórum de diálogo entre Brasil, Índia e África do Sul.

¹⁷ Grupo de países interessados no fim dos subsídios internos e das subvenções às exportações de produtos agrícolas e um maior acesso aos mercados tradicionais proteccionistas do Norte.

a forma como as estruturas diplomáticas tradicionais se inserem na internacionalização das economias nacionais tendo como vectores operacionais estratégicos as empresas e a sua produção para o exterior. As acções brasileiras são, neste domínio, muito mais elaboradas de dentro para fora do que operando *in loco*. Repare-se que quando o governo brasileiro salienta como prioridade a afirmação internacional da sua agenda comercial, o seu conteúdo diz respeito às negociações em curso na ALCA, União Europeia (UE), Mercosul e OMC. Percebe-se que assim seja, uma vez que é nestas instâncias que se definem as “regras do jogo” e o Brasil (e os países em desenvolvimento) necessitam de alterar profundamente algumas dessas regras. Se o comércio é reconhecido como fonte de riqueza e bem-estar, também é verdade que a liberdade de comércio preconizada nos mercados mundiais e definida pelos países em desenvolvimento continua a ser demasiado proteccionista nos sectores em que os países mais pobres poderiam obter vantagens comparativas. O Brasil está ainda a construir a sua política de alianças no plano externo de modo a poder inserir-se no clube restrito das grandes potências mundiais, nomeadamente na sedimentação da sua pretensa posição de líder regional.

Paralelamente, o Brasil defronta-se com problemas estruturais graves ao nível da eficiência interna da sua economia. Logo, como na generalidade dos países em vias de desenvolvimento, o desafio da descolagem competitiva coloca-se numa dupla vertente: interna e externa. Só lidando com a agenda interna do desenvolvimento (reforma fiscal, racionalização do Estado, combate ao défice público, diminuição das taxas de juro, emprego, diminuição da pobreza,...) será possível criar condições para ter uma política externa forte e agressiva face aos parceiros tradicionais (EUA, América Latina e UE) e aos emergentes (China, África do Sul, Índia). Por outro lado, confronta-se com importantes decisões de política externa, em matérias tão sensíveis quanto as negociações no âmbito da ALCA, da OMC e da progressiva abertura do seu sistema económico, em especial o sector financeiro¹⁸.

Actualmente, o grau de abertura dos sistemas nacionais, nomeadamente o económico, é de tal ordem que o sucesso nacional passa cada vez mais pela eficácia dos interfa-

¹⁸ O Brasil ainda não absorveu os resultados estruturais resultante das reformas que encetou na década de 90, nomeadamente a estabilização económica, a redução do protecçãoismo e o programa de privatizações e, por último, a regularização das suas relações com a comunidade financeira internacional. Contudo, todos estes factores mantêm complexas relações entre eles, não sendo ainda claro se será possível ao Brasil, como foi a outros países que adoptaram medidas idênticas, atingir taxas de crescimento económico elevado, mantendo a inflação relativamente baixa e diminuindo o elevado desemprego que caracteriza o seu mercado de trabalho. Como tal, a consolidação do funcionamento interno da economia brasileira ainda não está suficientemente madura para poder concentrar-se devidamente na luta que se trava nos mercados mundiais.

ces que se estabelecem entre o contexto interno e os enquadramentos externos. No seguimento do reconhecimento deste facto, as autoridades brasileiras derivam lógica e inequivocamente que esta ponte entre a componente doméstica e as vertentes regional e inter-regional exige competências que vão além das capacidades linguísticas e capacidade negocial tradicional. Essas competências devem ser estendidas à economia, ao direito, ao comércio internacional, à organização de estruturas multilaterais e regionais de integração e cooperação que alicerçam a estrutura actual da sociedade.

À medida que os sectores se desmonopolizam e as fronteiras externas formais se diluem, os mercados multiplicam-se e os agentes crescem em progressão geométrica face aos instrumentos que têm ao seu dispor para regular alguns aspectos da “caixa de Pandora” aberta pela globalização económica mundial.

Face à complexidade das agendas da diplomacia económica não é possível ser bem sucedido apenas recorrendo à intuição e a soluções obtidas de improviso. Hoje, não bastam conhecimentos práticos das pautas aduaneiras, regulamentações do comércio externo e normas técnicas e legais em vigor nos mercados estrangeiros. Os agentes da diplomacia económica necessitam de formação específica sobre acções de intervenção na moldura actual da globalização produtiva e financeira.

A materialização destas preocupações em acções concretas tem sido levada a cabo através da criação de múltiplos cursos de especialização em diplomacia económica, de que sobressaem aqueles decorrentes de um acordo celebrado entre a Universidade de Campinas e a UNCTAD. Esta parceria conduziu ao envolvimento desta instituição brasileira numa rede pioneira na América Latina de instituições dedicadas à formação em negociações externas e à investigação académica nestas temáticas.

No que se refere à política externa brasileira, nomeadamente aos aspectos de natureza económica e comercial, no topo das prioridades brasileiras está a América do Sul. O Governo Lula pretende contribuir activamente para uma América do Sul estável, socialmente mais justa e competitiva economicamente. A revitalização do Mercosul e o aprofundamento das relações com a Argentina são objectivos instrumentais para dar velocidade à liberalização do comércio, aprofundando a união aduaneira e chegar, por fim, a um Mercado Comum.

Para as autoridades brasileiras, o comércio externo “é uma actividade do governo e da sociedade”. Esta filosofia tem a tradução operacional na concepção de uma instância de coordenação intergovernamental: coordenação entre ministérios e de cada ministério com a componente não governamental de cada estrutura comercial.

Arquitectura da diplomacia económica brasileira: o aprofundamento da componente comercial

O quadro organizativo dos agentes com responsabilidades no comércio externo brasileiro é bastante extenso e, numa primeira aproximação, podemos agrupar os organismos segundo a sua natureza governamental e não governamental¹⁹. Daremos de seguida conta dos principais elementos deste sistema com ênfase particular naqueles que possam vir a desempenhar papéis de relevo na diplomacia económica brasileira, nomeadamente na componente comercial.

Em termos hierárquicos, na dependência da Presidência da República está o Conselho de Governo que controla directamente a Câmara de Comércio Exterior (CAMEX), cujo objectivo é delinear as políticas e coordenar as actividades relativas ao comércio externo de bens e serviços. Foi criado, em 1998, no âmbito da CAMEX, o Programa Especial de Exportações, cujos objectivos passam por estabelecer a interligação entre a estrutura produtiva e as entidades governamentais, procurando desenvolver formas de internacionalização e mobilizar as empresas exportadoras através das associações que as representam. A Câmara é presidida pelo Ministro de Estado do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

Uma segunda estrutura fundamental é a componente da promoção comercial propriamente dita. Esta é levada a cabo através de um sistema de promoção comercial do Ministério de Relações Exteriores (MRE), nomeadamente pelo seu Departamento de Promoção Comercial (DPC)²⁰. Este sistema tem como objectivo compatibilizar a capacidade exportadora brasileira com a procura mundial, apoiando a expansão e a diversificação das exportações brasileiras e procurando aumentar o número de empresas capazes de competir nos mercados mundiais. Para isso, o DPC, por intermédio das suas quatro divisões, realiza estudos e análises de mercados exteriores, elabora informação sobre potenciais produtos para exportação, identifica oportunidades de exportação e potenciais importadores estrangeiros, disponibiliza informação de natureza técnica e económica, orienta os agentes exportadores na escolha do mercado/produto e desenvolve programas de treino e formação de recursos humanos (públicos e privados na área do comércio externo).

Foi desenvolvido um portal de comércio externo (BrasilTradeNet) que é considerado

¹⁹ Ver Figura com o sistema completo dos organismos com funções na arquitectura e implementação do comércio externo brasileiro (pág. 156).

²⁰ Subordinado à Subsecretaria-Geral de Cooperação e Comunidades Brasileiras no Exterior, uma das três Subsecretarias da Secretaria Geral das Relações Exteriores.

pelas autoridades brasileiras como a maior e “mais completa rede de informações comerciais da América Latina, criada para estimular as exportações brasileiras e atrair investimento directo para o País”. Este portal permite aceder a uma base de dados sobre empresas, oportunidades comerciais, feiras, eventos e diversos produtos financeiros capazes de aumentar a competitividade externa brasileira.

Fora do Brasil o DPC presta apoio às empresas brasileiras através de uma rede de cerca de 60 Gabinetes de Promoção Comercial que integram as estruturas das embaixadas e dos consulados brasileiros. Cabe às embaixadas e aos consulados prestar apoio às empresas que os procurem utilizando os recursos disponíveis no BrasilTradeNet.

Salienta-se ainda o apoio dado pelo Serviço Social da Agência de Promoção das Exportações do Brasil (APEX-Brasil), em coordenação com o DPC, à promoção de projectos de exportação de instituições sem fins lucrativos.

No âmbito de uma outra Subsecretaria da Secretaria Geral das Relações Exteriores, está o Departamento Económico ao qual compete coordenar a participação do Governo em reuniões, organismos e negociações internacionais em assuntos de natureza económica e propor orientações de política externa no quadro internacional relativas a negociações económicas e comerciais internacionais, acesso a mercados, entre outros.

Ainda na dependência do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior integra-se a Secretaria de Comércio Externo (SECEX), com objectivos mais ligados ao estabelecimento das normas necessárias à implementação dos programas de comércio externo, política fiscal e cambial, financiamento e mecanismos de defesa comercial.

Estes são os principais organismos governamentais responsáveis pela formulação e coordenação de políticas relativas à esfera económica e comercial externa brasileira. Podemos dizer que é neste âmbito que é tratada a informação capaz de consubstanciar ganhos de competitividade empresarial nos mercados externos protagonizados pela estrutura operacional do sistema — organismos não governamentais.

A Agência de Promoção de Exportações do Brasil (APEX-Brasil) foi criada, em 1997, com o objectivo de implementar a política de promoção comercial das exportações definida pela CAMEX, concentrando-se especialmente no estímulo das exportações das empresas de pequena dimensão. Foi mais tarde reestruturada (2003) retirando-lhe os fins lucrativos mas mantendo os seus objectivos no essencial.

Um segundo organismo relevante nesta matéria é o Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas e Micro-Empresas (SEBRAE). Tem como principais instrumentos a criação de cursos de formação empresarial, facilita o acesso ao crédito, estimula

parcerias empresariais e promove iniciativas capazes de contribuir para a criação de emprego. O SEBRAE gere também um fundo financeiro (FAMPE²¹), dando garantias adicionais a instituições de crédito que financiam estas empresas.

Surtem finalmente as associações comerciais e industriais e as câmaras de comércio, que são sociedades civis, sem fins lucrativos, constituídas com o reconhecimento do país que representam e que procuram estimular o comércio bilateral.

O papel da diplomacia económica no futuro: Aspectos conclusivos

A diplomacia económica brasileira tem um carácter eminentemente instrumental de grande alcance não apenas na internacionalização da economia mas, acima de tudo, na construção de um perfil político e económico de potência regional na América Latina. O objectivo principal do Brasil é desempenhar um papel activo enquanto líder da geopolítica sul-americana como forma de contrabalançar o poderio norte-americano. Para além de fundamentado em factores históricos, este objectivo encontra justificação numa análise pragmática à natureza das estruturas económicas do Continente. Repare-se que, em última instância, as economias brasileira e norte-americana são concorrentes, ao contrário, por exemplo, da brasileira e da europeia que são mais complementares do que concorrentes.

Neste sentido, a diplomacia económica em sentido estrito domina, obrigatoriamente, sobre a componente comercial e de *marketing* competitivo do país. O Brasil enfrenta um duplo desafio (externo), uma vez que enquanto se esforça por consolidar “as regras do jogo” nos diferentes palcos onde se insere (Mercosul, ALCA, OMC) enfrenta a necessidade de obter acréscimos significativos na sua competitividade externa, até como forma de diminuir os graves problemas da sua balança de pagamentos.

Para prosseguir estes fins o Brasil adoptou um modelo de diplomacia económica tradicional, i. e., uma estrutura de concepção e formulação de políticas económicas e comerciais com grande pendor governamental, ao mesmo tempo que desenvolve uma outra estrutura de natureza mais operacional com um carácter “menos governamental”. A própria componente de promoção comercial ainda não está sistematicamente integrada nas estruturas territorialmente desconcentradas brasileiras, ao contrário de outros países, como, por exemplo, a Itália (como se verá adiante).

²¹ Fundo de Garantia às Micro-Empresas e Empresas de Pequena Dimensão do Sebrae. Este fundo não é uma linha de crédito ou um seguro ao crédito.

Contudo, há esforços²² para ouvir a sociedade civil no processo e aproximar mais as necessidades das empresas exportadoras da realidade dos mercados mundiais, consubstanciando estas acções naquilo que as autoridades brasileiras denominam de “diplomacia dinâmica”.

2. O CASO DA ESPANHA

Apesar de se reconhecer a elevada importância do sector externo no desempenho da economia espanhola nos últimos anos, a internacionalização empresarial espanhola desenvolveu-se de forma lenta e tardia no contexto internacional. Apenas a partir da adesão à União Europeia foi dado o passo decisivo no processo de internacionalização espanhol. Tal como na generalidade dos casos, foram as grandes empresas a comandar os processos de investimento e também as primeiras a reagir às alterações de contextos que se têm vindo a verificar. Contudo, os processos de integração dos mercados globais e os sucessivos alargamentos dos mercados de regimes democráticos (ou em profunda alteração, como é o recente caso da China), têm proporcionado espaço para que cresça a ritmos ainda mal compreendidos o papel desempenhado pelas pequenas e médias empresas e pelas relações que entre elas se estabelecem na penetração nos mercados mundiais.

A Espanha é a décima primeira maior economia do mundo, o sexto maior investidor mundial, o segundo maior destino turístico e o sexto maior construtor de automóveis. Não obstante estes factos, muitos observadores encontram razões para considerar que o potencial económico espanhol não tem correspondência com a realidade²³, justificando, assim, um elevado potencial ainda não explorado e que deve ser considerado prioritário. Com a internacionalização da economia espanhola em fase de aprofundamento, não se podendo ainda considerar consolidada, os agentes económicos e políticos rapidamente se aperceberam de que o crescimento exponencial das possibilidades económicas e comerciais que se estão a construir decorre da conjugação de duas forças em espiral que se auto-reforçam de forma cumulativa: por um lado, da abertura e crescente liberalização de vastos mercados

²² Estabelecimento de parcerias entre a APEX e o sistema bancário e associações industriais e comerciais, a difusão da “marca Brasil”, trabalhos de análise de mercados e de “inteligência comercial”, etc.

²³ Este *gap* entre o potencial espanhol e a realidade pode ser visto por, exemplo, pela comparação das exportações *per capita* espanholas com os restantes países. Segundo dados do Banco Mundial, o valor espanhol (2 915 usd/p.c.) representa apenas 8,46% e 10,08% de Singapura e Hong Kong, países no topo deste indicador. Suíça, Suécia, Alemanha, França, Inglaterra e Itália são alguns países com valores mais elevados do que a Espanha.

fechados até há pouco tempo e, por outro lado, da integração dos vários mercados sectoriais (com relações entre eles que poucos previam poder ser comercialmente exploradas) dentro dos espaços económicos globais. Esta percepção tem contribuído fortemente para a definição da estratégia económica espanhola capaz de fazer o melhor aproveitamento possível destas oportunidades. A uma participação efectiva nas instâncias internacionais que gerem as negociações conducentes a acréscimos na dimensão do mercado global desenvolve, simultaneamente, um trabalho estratégico conjunto de conquista comercial desse mercado. Reconhecendo que para competir na economia global nenhuma estrutura empresarial é suficientemente grande, a ofensiva espanhola segue uma estratégia conjunta de aproveitamento económico global. Esta estratégia conjunta diz não só respeito às parcerias de complementaridade entre empresas espanholas mas também ao papel das várias administrações políticas no desenvolvimento e aperfeiçoamento dos mecanismos de inserção comercial no exterior.

Diplomacia económica e política económica externa – Formas e conteúdos

Ao mesmo tempo que redefine e clarifica as suas prioridades em matéria de política económica externa a Espanha reconstrói uma nova imagem exterior ao serviço da economia.

Quanto às prioridades da política económica externa, a Espanha tem tentado balizar o seu posicionamento face ao exterior enquadrado por três grandes preocupações: a definição institucional entre os países mais representativos do mundo desenvolvido, a tomada de posições que lhe permitam aceder às políticas redistributivas da União Europeia (UE) e sincronizar a política externa europeia com as necessidades específicas espanholas face às suas relações mediterrâneas e com os países ibero-americanos.

Actualmente, enquanto consolida o seu papel na UE, nomeadamente nas questões do alargamento, da adesão da Turquia, na luta contra o terrorismo e na manutenção da paz, os interesses económicos e políticos espanhóis reorientam-se com grande determinação para a América Latina. A Espanha tem levado a cabo um conjunto de investimentos empresariais nos países da América Latina, o que demonstra a aposta estratégica nestes mercados (a Espanha é o segundo maior investidor internacional a seguir aos EUA)²⁴. Para esta inversão estratégica nos investimentos comerciais

²⁴ Em 1996, os investimentos empresariais espanhóis representavam 28,8% do total de investimentos contra 52,3% daqueles efectuados na UE. Em 1999, apenas 28% dos investimentos foram efectuados nos países da UE contra 63,1% nos países da América Latina.

espanhóis muito contribuíram as transformações levadas a cabo pelos diversos países da região, nomeadamente em termos do seu forte movimento de abertura ao exterior acompanhado por um conjunto de reformas estruturais (progressiva liberalização de mercados de produtos, serviços e capitais, implementação do conceito de concorrência e aplicação de regras de mercado, entre outros) que tem vindo a permitir alguma estabilidade macroeconómica e a consolidação democrática da generalidade dos países da região.

Existem também algumas “vantagens comparativas” que têm facilitado o aprofundamento das relações económicas e comerciais espanholas em toda esta região. Em primeiro lugar, a língua, a cultura e a história que liga a Espanha a esta região económica. Este factor tem facilitado o desenvolvimento privilegiado de relações comerciais e ajudado a criar plataformas de entendimento a nível político e económico. Por outro lado, a “década perdida” dos anos oitenta não foi completamente desaproveitada pela Espanha. Enquanto a maioria dos investimentos procuravam rentabilidades mais elevadas noutras zonas do globo, os agentes económicos espanhóis nunca deixaram de investir na região, sendo, inclusivamente, os primeiros a voltar a acreditar nas potencialidades de crescimento económico desta (podem referir-se os investimentos no sector energético, bancário e das telecomunicações). Uma terceira razão prende-se com as participações espanholas nas processos de privatizações de sectores estratégicos levados a cabo na América Latina. Esta presença tem sido vista na região como sinal de sustentabilidade dos investimentos e de crença na evolução positiva da viabilidade económica destes países, afastando o receio de se estar na presença de capitais meramente especulativos que se deslocarão ao mínimo sinal de turbulência. Se a estas razões se juntar o potencial de crescimento da América Latina, que se estima superior ao da Europa, e a dimensão do mercado, estão encontrados os principais factores na origem dos investimentos efectuados nesta zona do globo.

Para além desta prioridade estratégica, existem interesses na região do Magrebe, Mediterrâneo e Médio Oriente – numa tentativa de impulsionar a presença das PME's espanholas, as exportações e o investimento externo, nomeadamente em Marrocos, Egipto, Turquia e Irão. Também se estão a desenvolver esforços significativos como forma de chegar ao Leste Europeu e à Europa Central, tentando aproveitar as oportunidades do processo de alargamento da UE (Polónia, Hungria, República Checa, Eslovénia, Roménia e Bulgária).

Uma das apostas estratégicas das autoridades espanholas para penetrarem nos mercados externos prende-se com a reconstrução da sua imagem, enquanto objectivo ins-

trumental favorável à internacionalização económica. A imagem externa de qualquer país decorre naturalmente da natureza do sistema político que o estrutura. Nas últimas três décadas a imagem espanhola foi fundada na transição da ditadura franquista para um sistema político democrático e aberto ao exterior. Actualmente a Espanha goza de uma imagem institucional internacional associada a um povo dinâmico, moderno, aberto ao exterior e economicamente agressivo. Mais, faz parte da sua política de promoção comercial vender os produtos espanhóis no exterior usando a imagem de país moderno e respeitador das liberdades e garantias de cidadãos e empresas.

Contudo, existem outras componentes fulcrais da imagem exterior que necessitam de um trabalho mais profundo e cujo tempo de maturação é certamente superior ao que decorre de factores já existentes e reconhecidos (imagem de liberdade económica e democrática). Enquanto, por exemplo, a Alemanha tem uma imagem positiva e os seus produtos são vistos como inovadores, caros e de alta qualidade, as investigações sobre a Espanha ainda mostram uma imagem ligada a produtos tecnologicamente pobres, pouco fiáveis, de pouco valor acrescentado e com pouca massa crítica nas marcas de influência mundial. Esta é uma situação que decerto não contribui de forma positiva para a exploração do potencial da economia espanhola²⁵. Há uma série de factores que são vistos como inibidores do completo aproveitamento das potencialidades referidas, desde a fraca incorporação de alta tecnologia nos produtos comercializados até à falta de apoio institucional.

Cientes desta problemática e da relação entre imagem-país, marca Espanha e efeitos multiplicadores no processo de internacionalização económico espanhol, têm sido desenvolvidos esforços para coordenar as diversas acções públicas e privadas sobre a “marca espanhola”. As autoridades estão comprometidas na construção da marca “*made in Spain*” de modo a tornar mais fácil a internacionalização dos produtos e das empresas espanholas. Refira-se, por exemplo, o trabalho que está a ser desenvolvido pelo Instituto do Comércio Externo Espanhol (ICEX), o Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos, o Foro de Marcas Renombradas Españolas e a Asociación de Directivos de Comunicación, contando com o apoio do Ministério dos Assuntos Exteriores e da Cooperação (MAEC). Esta iniciativa tem como principal objectivo não desperdiçar esforços e recursos na construção

²⁵ Existem contudo avanços significativos nestas matérias ao longo da última década e meia: em termos de regulações ISO 9000, de 62 em 1991 para 9500 em 2001; a Espanha é um dos cinco países do mundo com maior número de marcas registadas – 70 921.

e difusão da mensagem a transmitir sobre a imagem espanhola. Pretende-se que o exterior seja capaz de associar aos produtos espanhóis características de modernidade, criação artística, dinamismo e potencial económico e cultural. A novidade desta iniciativa prende-se com o facto de se reconhecer explicitamente que os esforços a desenvolver transbordam o simples escopo do *marketing* comercial e territorial e passam a fazer parte integrante das questões de Estado, significando o directo envolvimento político do sector público no tratamento desta questão.

Arquitectura da diplomacia económica espanhola

A Espanha atravessa desde inícios de 2004 uma fase de transição na organização da sua política externa e nos instrumentos capazes de a efectivar. As autoridades espanholas estão comprometidas com a reforma do seu serviço externo, face aos novos contextos globais e regionais e ao papel cimeiro que pretende desempenhar no seu seio. A reformulação do serviço externo espanhol passa por três vectores privilegiados de actuação. Em primeiro lugar, o retorno e o aprofundamento de uma diplomacia dialogante, de consensos, respeitadora e comprometida com o direito internacional. Em segundo lugar, a aproximação da diplomacia à cidadania. É fundamental que exista uma ligação mais profunda e profícua entre a sociedade civil e a elaboração e aplicação das acções externas espanholas. Neste âmbito, as autoridades espanholas pretendem melhorar o trabalho nos seus consulados, aprofundando contactos locais e diversificando algumas das suas acções tradicionais. Por último, face ao papel que a Espanha desempenha na esfera mundial, da diversidade de palcos em que está envolvida e da natureza do cada vez maior número de interesses afectos a cada país, é a própria alteração no perfil de formação dos diplomatas que está em causa. São necessárias novas competências e uma formação mais diversificada com o objectivo explícito de apoiar a internacionalização da empresa espanhola.

Se é verdade que este é, regra geral, o ponto de partida das várias nações para a reformulação (também) da sua orgânica instrumental de materialização desta nova filosofia, parece poder afirmar-se que no caso espanhol a forma como está organizada a componente económica da sua diplomacia ainda não corresponde, em termos práticos, às preocupações enunciadas pelos seus responsáveis e às ideias capazes de começar por reformar o serviço exterior espanhol. A componente económica da diplomacia continuará a ser desempenhada pelo Ministério dos Assuntos Exteriores e Cooperação enquanto a componente comercial da diplomacia será desempenhada

pelo Ministério da Indústria, Turismo e Comércio. O financiamento de programas e acções de ambas as estruturas é competência do Ministério da Economia e da Fazenda (*ver figura na página 157*). A fusão, que muitos países já iniciaram, entre o corpo diplomático e os técnicos comerciais do Estado ainda não foi abordada com a profundidade capaz de fazer emergir essa solução específica para a organização da nova diplomacia económica espanhola, sem que isso signifique, contudo, que esta via demonstre ser menos efectiva.

A arquitectura do modelo de diplomacia económica espanhola caracteriza-se pela pouca integração entre a componente económica do Ministério dos Assuntos Exteriores e de Cooperação (MAEC) e a componente comercial dos dois outros ministérios com competências na promoção e internacionalização da economia – Ministério da Economia e da Fazenda (MEF) e Ministério da Indústria, Turismo e Comércio (MITC). O primeiro tem por competências a planificação e a execução da política externa do Estado. Para levar a cabo esta tarefa tem na sua dependência a Agência de Cooperação Internacional Espanhola e o Instituto Cervantes, responsável pela difusão da língua e da cultura espanhola, e três secretarias de Estado e uma sub-secretaria. As preocupações desta estrutura passam pela planificação e execução de políticas no âmbito da UE, dos países da América Latina e outras regiões do globo, política de segurança, defesa e desarmamento, Nações Unidas, acordos bilaterais, relações económicas internacionais, política de direitos humanos, operações de manutenção da paz e coordenação dos consulados em matéria de assistência aos espanhóis no estrangeiro e questões de imigração e asilo político. A Escola Diplomática está, também, na dependência deste ministério, nomeadamente da Subsecretaria dos Assuntos Exteriores e de Cooperação.

O MEF assume competências específicas no âmbito dos financiamentos internacionais de apoio e de internacionalização das empresas espanholas, nomeadamente das pequenas e médias empresas. Refira-se, a título de exemplo, o Plano de Internacionalização da Economia Espanhola, onde está explicitada a estratégia para o exterior para a presente legislatura. O objectivo deste documento tem uma dupla natureza; por um lado, aumentar a presença empresarial no estrangeiro e, por outro, contribuir para melhorar a imagem de Espanha no exterior como um país moderno, avançado tecnologicamente e de elevado potencial turístico e cultural.

É no MITC que está concentrada a componente fundamental da política comercial espanhola (objectivos de internacionalização, principais mercados, potenciais sectores e instrumentos comerciais), nomeadamente na Secretaria de Estado de Turismo

e Comércio. Esta Secretaria tem dois órgãos fundamentais da política comercial externa – a Secretaria Geral de Comércio Exterior (que tutela a Direcção-Geral de Comércio e Investimentos) e a Direcção-Geral de Política Comercial. O vector de operacionalização destas estruturas é corporizado pelo Instituto de Comércio Externo Espanhol (ICEX). Este organismo presta serviços a empresas espanholas e tem a sua actuação presentemente concentrada nos seguintes objectivos: aumentar a base exportadora da economia espanhola – está em vigor o Programa de Iniciação à Promoção Exterior (PIPE 2000), executado conjuntamente com as Câmaras de Comércio, as Comunidades Autónomas e a União Europeia; diversificação dos mercados de exportação – há uma tentativa de definir novos mercados como sejam os da Ásia e Pacífico e dos novos países de alargamento; diversificação dos produtos de exportação – face à elevada concentração nas exportações espanholas pretende-se estimular novas apostas na área da consultadoria, infra-estruturas, moda, engenharia, ambiente e tecnologias de informação e comunicação; presença estável de empresas no exterior – está a ser desenvolvido um plano de implantação no exterior e um outro de apoio às marcas espanholas; e melhorar a imagem externa da Espanha – estão a ser promovidas mais de 1300 acções de promoção e desenvolvimento de actividades pelo mundo inteiro (jornadas e seminários informativos).

É também no âmbito do MITC que têm sido levadas a cabo algumas iniciativas conjuntas com organizações empresariais onde se destaca o acordo entre este ministério e a Confederação Espanhola de Organizações Empresariais, consubstanciado no desenvolvimento conjunto de um Plano Integral de Desenvolvimento de Mercados (PIDM), que arrancou no primeiro semestre de 2005. Este plano tem como pano de fundo o reconhecimento da necessidade de maior coordenação entre estes dois organismos como forma de aumentar a eficácia das suas intervenções. Tem como objectivos o aproveitamento do crescimento económico que se verifica em algumas zonas do globo, promover a diversificação de mercados (sem descurar a estabilidade dos mercados tradicionais) e aumentar o comércio e os investimentos externos em novos sectores de actividade.

O papel da diplomacia económica no futuro: aspectos conclusivos

Desde cedo, as autoridades políticas espanholas procuraram criar um clima político favorável ao investimento económico no exterior. Existe um elo directo, explícito e reconhecido (por associações, empresários e agentes governamentais), de relação

entre diplomacia e mais-valias comerciais dos agentes económicos em geral. E dentro desta acção diplomática cresce progressivamente a certeza do papel fundamental que desempenha a diplomacia económica nas acções exteriores do Estado. O papel da diplomacia económica tem vindo a desenvolver-se na base de um pensamento que começa a emergir nos diversos países à medida que as potencialidades económicas dos mercados externos superam a possibilidade de representação diplomática tradicional. Só deve existir política exterior onde se encontrem interesses a defender ou a conquistar e os interesses económicos têm vindo a ganhar espaço face aos interesses exteriores tradicionais (manutenção da paz, cultura, língua, história, solidariedade internacional...). A diplomacia económica espanhola está consciente da importância empresarial e investidora no exterior, até como forma de adquirir peso político específico nas negociações internacionais. É nesta simbiose efectivamente operacionalizada que se tem fundado a diplomacia económica espanhola e o sucesso da sua internacionalização.

Poucas são as posições tão claras e pragmáticas: a crescente presença económica, comercial e investidora espanhola representa um interesse nacional que deve ter representação política, não só pela viabilização económica dessa posição mas também porque a consolidação dessas estruturas comerciais reforça a natureza do peso político negocial da diplomacia espanhola nas instâncias internacionais (e não apenas sobre temas económicos). A maior integração entre a diplomacia tradicional e a diplomacia económica, as estratégias combinadas entre as associações comerciais e os agentes culturais, são uma prioridade da estratégia exterior espanhola, embora as acções decorrentes dessa efectivação sejam ainda pouco visíveis.

Na elaboração dos futuros critérios de representação diplomática não pode deixar de ser devidamente ponderada a presença económica e comercial nos espaços em questão. Factores de natureza económica estão progressivamente a ganhar importância na racionalização das representações diplomáticas das principais nações do mundo ocidental.

3. O CASO DA ITÁLIA

A Itália pertence a um conjunto de países, designados de industrializados, que passaram os últimos 50 anos a construir um enquadramento político e económico, com regras comuns, legitimadas e aceites pelos seus intervenientes. Estes esforços produziram um ambiente jurídico, cujas traves mestras são a economia de mercado e mercados mundiais cada vez mais desregulamentados, acelerando a liberdade do comércio

e o investimento mundial. Os contornos políticos que permitiram a criação e o reconhecimento generalizado destas convenções foram a expressão máxima dos esforços diplomáticos desenvolvidos no âmbito dos inúmeros encontros (formais e informais) nas sedes dos vários organismos internacionais criados para monitorizar a transferência e a criação de riqueza mundial.

Diplomacia económica e política económica externa – Formas e conteúdos

Do ponto de vista italiano, definidas as regras do “jogo”, é urgente refinar a capacidade dos governos nacionais e enformar os serviços diplomáticos do sentido da inevitabilidade da sua contribuição efectiva para o desenvolvimento do sistema económico transalpino.

As raízes da competitividade italiana surgem aos olhos dos especialistas claras e sólidas, embora dificilmente mensuráveis em termos de indicadores internacionais comparáveis: talento, criatividade empreendedora e uma força de trabalho especializada e apresentando elevados níveis de flexibilidade (consubstanciando-se nos múltiplos “distritos industriais” existentes actualmente por grande parte do território italiano).

Na perspectiva das autoridades italianas, os governos devem desempenhar um papel activo na construção da competitividade do país, ao contrário da visão tradicional que considerava os governos imunes e desligados dessa problemática. Actualmente, os governos desempenham um papel fundamental na disponibilização de condições que permitam encurtar distâncias entre procura e ofertas nacionais e internacionais. Promover e sustentar a competitividade actual é sinónimo de aprofundar a internacionalização. Às empresas cabe o papel motor da competitividade e aos actores governamentais cabe o papel de agilizador de serviços necessários ao aumento de produtividade empresarial.

Para poderem vir a desempenhar o papel de vectores operacionais da política externa italiana, os seus actores principais devem aprofundar as antigas e especializar-se num novo conjunto de aptidões e competências. É cada vez maior a necessidade de reorganizar e adaptar os agentes participantes face às novas direcções e aos novos conteúdos do espectro da diplomacia económica. Actualmente, os encontros neste âmbito incluem não só diplomatas, mas toda uma panóplia de políticos, gestores, técnicos ultra-especializados nos mercados e nos enquadramentos legais desses mercados, jornalistas, *lobbys* das ONGs, etc. Mais, embora os grandes objectivos da diplomacia económica possam ser claros e do conhecimento generalizado, esses

só serão eficazmente atingidos com sistemas de diplomacia económica de conteúdo tão eclético quanto os espaços onde se pretende intervir. Tanto as técnicas económicas como as técnicas de negociação variam muito de acordo com o palco em questão.

Falar de diplomacia económica italiana é, actualmente, sinónimo de falar da eficácia da internacionalização do sistema económico italiano. Sob a égide do ex-ministro dos Negócios Estrangeiros, Franco Frattini, tem vindo progressivamente a desenvolver-se um conjunto de iniciativas capazes de repensar as funções diplomáticas num contexto de complexas interdependências económicas e de produção. O espírito desta nova visão de intervenção passa por integrar a dimensão económica e cultural como pilares da nova política externa italiana, paralelamente com a tradicional dimensão puramente política. Materializa-se na procura de sinergias e complementaridades resultantes da integração, cooperação e da articulação dos diferentes agentes do sistema italiano, sem nunca descurar que os recursos são escassos e têm utilizações alternativas. Isto significa eliminar a duplicação de serviços, racionalizar a administração pública e simplificar os processos de contacto entre a esfera pública e a privada.

Arquitectura da diplomacia económica italiana

O Ministério dos Negócios Estrangeiros (MNE) é o organismo da administração central que tem como função implementar a política externa do governo italiano. Do ponto de vista da componente que importa analisar neste âmbito (aquela que mais directamente se pode relacionar com a nova diplomacia económica), é da competência da Direcção Geral para a Cooperação Multilateral Económica e Financeira promover e desenvolver iniciativas com o Ministério das Actividades Produtivas (MAP), de suporte à internacionalização das empresas italianas e encorajar o aumento do investimento externo e turístico em Itália. Esta Direcção Geral é composta por oito departamentos. O Departamento I – Actividades Económicas e Financeiras Multilaterais, com funções mais relacionadas com a diplomacia económica em sentido estrito (relações com a OCDE, FMI, Banco Mundial, UNCTAD...), e o Departamento III – Suporte à Internacionalização do Sistema Económico Italiano, com funções claramente no âmbito da diplomacia comercial, que se relaciona directamente com um conjunto de organismos de suporte à internacionalização do sistema produtivo italiano, nomeadamente o Instituto do Comércio Externo Italiano (ICE), a SIMEST (Agência para promoção da cooperação económica com

os países da Europa de Leste), as Câmaras de Comércio, Associações Comerciais, Bancárias e Industriais, SACE (Serviços de Seguros ao Comércio Externo), etc. (ver figura na página 158).

A política externa italiana tem três grandes vectores de actuação: um vector associado às grandes áreas geográficas de intervenção, outro referente às áreas de política e o último diz respeito ao papel da Itália no Mundo.

No que concerne às áreas geográficas é dada atenção especial à África, às Américas, à Ásia, à Europa e ao Mediterrâneo e Médio Oriente. Relativamente a cada uma destas grandes áreas é feito um diagnóstico da situação política e económica, tendo relativamente a algumas áreas geográficas (nomeadamente na Ásia) a preocupação de identificar oportunidades de negócios para as empresas italianas e, principalmente, para a internacionalização do “sistema de produção italiano” baseado em PME’s que desempenham um papel cada vez mais relevante na internacionalização do sistema económico italiano. O processo começou na China com a visita em 2003 do então primeiro-ministro Silvio Berlusconi e prosseguiu com a Índia, Coreia e Japão. Pretende-se, desta forma, promover aspectos de natureza política, económica e cultural com os países da região em causa, privilegiando relacionamentos de natureza bilateral.

No que diz respeito às grandes áreas de política, salienta-se a cooperação económica. Dentro deste tema temos alguns aspectos relacionados com a diplomacia económica em sentido estrito (FMI, Banco Mundial, OCDE...) e um outro que se relaciona directamente com a segunda componente da nova diplomacia económica – diplomacia comercial – e que trata com bastante cuidado das empresas italianas no estrangeiro. Neste contexto, são de salientar duas preocupações fundamentais que permitem compreender melhor o modelo da nova diplomacia económica italiana.

Em primeiro lugar, o reposicionamento dos negócios italianos no mundo. As alterações ocorridas nas duas últimas décadas levaram as autoridades italianas a redefinir o “onde” e o “como” da internacionalização das suas empresas. As empresas italianas aumentaram a sua presença na Europa Central e de Leste e noutras zonas fora da União Europeia. Actualmente privilegia-se mais as *joint ventures*, as alianças estratégicas e os investimentos em oposição às exportações, como principal critério de competitividade externa.

Em segundo lugar, o enquadramento legal e as agências de suporte. A Lei n.º 56, de 31 de Março de 2005 (“Medidas para a internacionalização dos negócios e mandato governamental para a reorganização dos corpos que operam no mesmo sector”)

enquadra uma nova forma de suporte à internacionalização do sistema produtivo italiano, articulando estratégias do MNE e do MAP, funcionando como centro de concepção e *design* de toda a política externa italiana. Estes departamentos geograficamente descentralizados, designados por *Sportelli Italia*²⁶, têm como objectivo criar sinergias entre a rede local empresarial e os mercados globais. Os *Sportelli Italia* resultam da integração logística e funcional de embaixadas, consulados e departamentos do comércio externo exercendo as funções de orientação, assistência e consultadoria aos agentes de negócios. Têm também como missão a atracção de investimentos directos para Itália e a promoção de actividades levadas a cabo nos meios locais. Decorrente do fortalecimento das relações entre o MNE e o MAP, foram implementadas, em 2004, 28 *Sportelli Italia*.

Quanto às agências de suporte saliente-se o apoio dado pelo Instituto do Comércio Externo Italiano (estrutura pública que tem como objectivo desenvolver, assistir e promover as relações comerciais italianas), pelo SACE (Serviços de Seguros ao Comércio Externo, que tem como função disponibilizar serviços associados à cobertura dos riscos de exportação e investimentos externos dos operadores italianos) e pelo SIMEST, que, funcionando com fundos do Ministério das Actividades Produtivas, tem como missão a utilização desses fundos para proteger os interesses italianos no exterior, podendo desenvolver acções desde a atribuição de subsídios até à aquisição de posições externas que beneficiem interesses italianos.

Foram também assinados acordos programáticos entre o Ministério dos Negócios Estrangeiros, a *Unioncamere* (União Italiana das Câmaras de Comércio) e a *Assocamerestero*²⁷ (Câmaras de Comércio Italianas no Estrangeiro) com o objectivo de integrar e disponibilizar a informação económica e comercial da rede diplomática para os operadores de toda a Itália.

Finalmente, um importante apoio à internacionalização foi conseguido pelo acordo entre

²⁶ A criação de “one-stop shops”. Todos os agentes com responsabilidades na política externa Italiana reunidos num só local, representando a coesão e a integração sistémica que as autoridades italianas querem ver na aplicação da sua política externa. Esta é uma medida que pretende racionalizar (também do ponto de vista financeiro) a rede territorialmente desconcentrada de apoio à política externa italiana.

²⁷ Projecto “ExTender”. Têm sido desenvolvidas outras iniciativas, como algumas parcerias público-privado, nomeadamente a Farnesina Task Force (juntando à mesma mesa a banca e as empresas líderes industriais). Outra iniciativa que nos parece de crucial importância é aquela que resultou do pacto proposto pelo MNE à Confindustria, similar à colaboração institucional entre o MNE e o MAP – um pacto entre a diplomacia e as empresas. Esta é uma proposta pragmática que parece tocar no âmago da questão: são as empresas que lideram a dinâmica económica empresarial e é com elas e no seu âmbito que deverão ser desenvolvidos os esforços possíveis de futuros acréscimos de competitividade externa.

o Ministério das Actividades Produtivas (pela sua Direcção Geral de Promoção Comercial), o ICE e o CRUI (Conferência de Reitores das Universidades Italianas). Este acordo contempla dois campos de actuação: aproximar cada vez mais as universidades do sector empresarial e organizar no exterior acções de promoção do sistema de ensino universitário italiano.

O terceiro vector da política externa italiana diz respeito ao papel que a Itália quer desempenhar no mundo. Dentro desta componente destacam-se as acções levadas a cabo para suportar o conceito de *“made by Italy”*. O processo de internacionalização do sistema produtivo italiano é extremamente complexo, levado a cabo por uma diversidade de instrumentos, corpos e estruturas. Uma parte importante desta estrutura é constituída por uma rede de 159 escritórios comerciais localizados em 238 embaixadas e consulados pelo mundo inteiro. O Instituto do Comércio Externo tem 104 escritórios que conjuntamente com 68 câmaras do comércio, com extensas ramificações, representam cerca de 23 000 empresas em 40 países, e contribuem para cerca de 82% do comércio externo italiano. O principal resultado esperado, nas palavras de Luca di Montezemolo, é desenvolver um produto que “nenhum chinês alguma vez consiga copiar”.

O papel da diplomacia económica no futuro: Aspectos conclusivos

Em termos holísticos, o sector público tem como missão endogeneizar o conceito de “qualidade total” e funcionar como plataforma de suporte à internacionalização económica e cultural italiana. Os actuais responsáveis italianos reconhecem facilmente a necessidade de deslocalização empresarial, mesmo a italiana, estando, no entanto, preocupados na retenção das componentes estratégicas e de concepção em solo nacional. O *slogan* pode ser descrito de uma forma simples: no actual quadro internacional a ênfase já não está no *“made in Italy”* estando concentrada no *“made by Italy”*. As autoridades italianas pretendem aprofundar a sua política comercial com a sua herança cultural, histórica e artística, exportando um modo de vida e de pensar.

Outro campo onde o sector público pode e deve desempenhar um papel fulcral na dinâmica económica italiana é nos esforços que concentra e aplica na investigação e na qualificação da sua comunidade científica. Nas sociedades da informação o conhecimento é o recurso por excelência e a nova política externa italiana irá também apoiar e potenciar os trabalhos da comunidade científica, procurando que se obtenha também uma maior internacionalização do próprio conhecimento e de desenvolvimentos tecnológicos no seu âmbito. A produtividade do sector

científico deverá ter concretizações comerciais que aumentem, por sua vez, a competitividade de todo o sistema económico. O objectivo passa não só pela maior participação das universidades nestas interdependências, mas também se pretende qualificar cientificamente as embaixadas. Para que esta ideia possa ter sustentabilidade prática foi alcançado, em 2004, um acordo entre o MAP, o ICE e a Conferência dos Reitores das Universidades Italianas.

As autoridades italianas não têm dúvida quanto ao papel da esfera económica na nova geopolítica mundial. A integração da dimensão económica não serve apenas para tornar o sistema económico italiano mais competitivo mas também para tornar a política externa mais incisiva e consistente. A eficácia da política externa (não exclusivamente económica) mede-se pelo seu alcance económico.

Em síntese, a Itália pretende levar a cabo a sua política externade forma bastante exigente e adopta um modelo integrado e sistémico de Diplomacia Económica em que o seu êxito está directamente dependente, por um lado, da capacidade de coordenação e entendimento que os múltiplos organismos intervenientes demonstrem e, por outro, da dinâmica produtiva interna italiana e da zona económica em que está inserida.

4. O CASO DA REPÚBLICA POPULAR DA CHINA

A diplomacia do século XXI, sobretudo na sua vertente económica, não poderá ignorar os novos ventos vindos do Oriente, que parecem querer fazer girar o centro do mundo comercial e financeiro para os lados do Pacífico e do Índico.

Para um pequeno país periférico no contexto europeu, como é claramente o caso de Portugal, este novo enquadramento internacional que se prefigura no horizonte é, muito mais do que uma ameaça, um enorme desafio.

Os dados económicos são, a respeito desta nova realidade asiática e do mundo, perfeitamente devastadores: é na Ásia que se têm observado as maiores taxas de crescimento do produto interno bruto (em média, cerca de 9% no período de 1986 a 2005, claramente acima dos 3% registados nas economias avançadas), é em direcção à Ásia que rumam os fluxos de investimento internacional (a China é hoje um dos maiores destinos desse investimento²⁸), lá se situando ainda as economias mais dinâmicas em termos de crescimento do comércio internacional.

²⁸ Em 2004, os fluxos de investimento directo estrangeiro destinados à China representaram cerca de 9,4% do total mundial, colocando-a no 3º lugar do *ranking* mundial, logo a seguir aos Estados Unidos e ao Reino Unido, posição em que aliás já se havia situado em 2003.

De entre as economias asiáticas, há todavia duas que merecem especial atenção no contexto actual: uma, a Índia, pelas potencialidades que encerra de vir a ocupar nas próximas décadas uma posição privilegiada no contexto das nações. Em termos estritamente económicos, é um país bem organizado e com as estruturas de mercado completamente adaptadas ao mundo da globalização e do livre comércio, com uma mão-de-obra *english speaking* e altamente qualificada. Trata-se de uma economia a acompanhar nos próximos anos e que deveria ser foco de especial atenção por parte da nossa diplomacia económica.

A outra, é o tema do momento e chama-se República Popular da China.

Balizando o problema: o século XXI chinês

O quadro que segue apresenta-nos numa pincelada o gigante asiático que é hoje portador de uma profunda influência no actual processo de globalização.

A República Popular da China – alguns dados

Área	9,6 milhões de km ²
Fronteiras	Terrestres: Rússia, Mongólia, Índia, Coreia do Norte Marítimas: Oceano Pacífico, Mar do Japão
População total	1.298 milhões de habitantes (20% da população mundial); 515 milhões nas zonas urbanas
Densidade populacional	135 pessoas por km ²
Cidadãos acima dos 65 anos	7%
Cidadãos com ensino superior (por 100 mil hab.)	3,6
Esperança média de vida	70,8 anos (73,0 para as mulheres e 68,7 para os homens)
Capital	Pequim: 12,6 milhões de habitantes
Outras cidades	Chongqing, Guangzhou, Shenhen, Tianjin, Xangai
Divisão administrativa	23 províncias, 5 regiões autónomas, 4 municípios, 2 regiões administrativas especiais
Língua	Mandarim (oficial), vários dialectos (Xangai, Cantão, Tibete)
Etnias	Han (91,6% da população) e mais 55 etnias difusas
Religião	Maioritariamente budistas; Outras religiões: taoísmo, islamismo, catolicismo
Presidente	Hu Jintao (Março 2003)
Primeiro-ministro	Wen Jaibao (Março de 2003)
Unidade monetária	Yuan

Fonte: Janus

No que diz respeito à actividade económica, em 1990, o produto interno bruto (PIB) da China situava-se próximo de 390 mil milhões de dólares norte-americanos (mM USD), o que representava cerca de 1,9% do PIB nominal mundial. Naquele ano, o produto dos EUA representava 28,1% do PIB mundial, a União Europeia (UE-12) era responsável por 24,7% do conjunto mundial e o Japão produzia 14,7% da riqueza global. Passados quinze anos, verifica-se que o PIB nominal chinês quase quadruplicou (1750 mM de dólares dos EUA), representando 4% do total mundial. Curioso é o facto de, neste período, o principal penalizado ter sido o Japão, que viu a sua contribuição para o PIB mundial diminuir para 11%. Voltaremos ao caso japonês adiante (ver anexo 1, pág. 109).

Muito mais significativa é a evolução do PIB da China em paridade de poder de compra (uma medida bastante mais acertada para comparações internacionais, sobretudo quando estão em causa padrões/níveis de qualidade de vida substancialmente diferentes). Enquanto no início da década de 90 o produto chinês rondava os 5,9% do PIB mundial, em 2005 situava-se em 14,2% do total mundial, com a particularidade de ter “ultrapassado” o peso relativo do Japão em 1994 e de estar muito próximo da UE-12 (14,8%, em 2004)²⁹ (ver anexo 2, pág. 110).

É curioso observar dois movimentos distintos nos outros blocos económicos: uma assinalável estabilidade do peso do PIB norte-americano na economia mundial, na ordem dos 21%, a par de um recuo do peso dos PIB da UE-12 e do Japão, face aos valores de 1990 (de 17,8% para 15,2% e de 8,7% para 6,8%, respectivamente).

Estes dados são interessantes, do ponto de vista analítico, até porque podem ser igualmente validados a nível da evolução do PIB real³⁰, sugerindo uma progressiva translação dos centros de crescimento económico mundial, da área do euro e do Japão para a China.

O gráfico seguinte apresenta os resultados de uma projecção muito simples do que poderá vir a ser o produto mundial, desagregado pelos principais blocos económicos, nas próximas décadas. Para esta projecção, utilizaram-se as taxas médias de crescimento anual do produto interno bruto observadas, nas várias economias em análise, entre 1990 e 2005.

Os resultados deste exercício de previsão são absolutamente esclarecedores: em 2019, a economia chinesa ultrapassa, em dimensão, a sua congénere nipónica, em 2039 o

²⁹ Nos primeiros quatro anos do séc. XXI, registou-se um acréscimo médio anual do peso do PIB chinês na ordem dos 0,6 pontos percentuais e um decréscimo do peso do PIB da UE-12 de 0,3 p.p., pelo que, a manter-se esta tendência, já no corrente ano de 2006 o PIB chinês em paridades de poder de compra irá ultrapassar o europeu.

³⁰ Segundo o *World Economic Outlook* do FMI, a média anual de crescimento do PIB, entre 1997 e 2006, será de 3,3% nos EUA, 2,4% na União Europeia (2% na UE-12) e 1,1% no Japão. Na China, a média anual situar-se-á em 8,4%!

PIB da China suplanta o correspondente da área do euro (UE-12) e, em 2044, a China tornar-se-á na maior economia mundial (ver anexo 3, pág. 111).

Os resultados apresentados devem ser analisados com suficiente distanciamento crítico, designadamente face aos pressupostos de partida utilizados, em especial a ideia de que os países em questão poderão manter ritmos de crescimento próximos dos observados nos anos mais recentes. Na verdade, existem experiências similares de países que em determinados momentos históricos estiveram envolvidos em processos de crescimento económico acelerado e que, mais cedo ou mais tarde, viram reduzir-se drasticamente o ritmo de crescimento, o qual acaba por estabilizar em torno dos padrões “normais” para as economias avançadas.

Um bom exemplo desse fenómeno é o Japão: após um crescimento económico médio de 10,8% na década de 60, registou-se um forte abrandamento nas décadas seguintes e, desde meados dos anos 80, o crescimento médio no Japão foi inferior à média dos países avançados (ver anexo 4, pág. 112).

É portanto perfeitamente possível que a China de hoje seja o Japão dos anos 60 e 70, isto é, que o ritmo de crescimento da economia chinesa venha a registar proximamente algum abrandamento. Se, por exemplo, o crescimento médio estabilizasse em torno de 7% nas próximas décadas (hipótese ainda assim manifestamente optimista), e mantendo-se o pressuposto de que as restantes economias mundiais avançadas continuariam a registar níveis médios de crescimento próximos do observado desde 1990 até ao presente, então o crescimento relativo da economia chinesa seria consideravelmente mais lento: o PIB chinês apenas ultrapassaria o seu congénere nipónico em 2034 e somente em 2099 a economia chinesa teria uma dimensão idêntica à da UE-12.

Independentemente de previsões mais ou menos consistentes quanto à evolução próxima da economia chinesa e ao seu peso relativo na economia mundial, convirá referir que a evidência estatística aponta claramente para um progressivo aumento da importância da China no contexto económico mundial. Se a Europa não tiver bem presente este fenómeno, nomeadamente em termos das estratégias de diplomacia económica e da participação das empresas no comércio e investimento internacionais, arrisca-se a ficar inexoravelmente afastada do provável novo centro do mundo económico do século XXI: a Ásia.

O comércio externo

Entre os grandes blocos comerciais, a China foi aquele em que o peso do comércio em relação ao PIB mais cresceu, passando de 32%, em 1990, para 78,7%, em 2004,

o que demonstra uma dinâmica inigualável a nível mundial. No sector das mercadorias, o peso do comércio em relação ao PIB na China é de 72,4%, acima do que ocorre na União Europeia, quando no início dos anos 90 era de apenas 30% (ver anexo 5, pág. 113).

Por outro lado, o peso das exportações (e das importações) da China no contexto mundial tem vindo a aumentar de forma contínua: em apenas 14 anos (de 1990 a 2004), as exportações chinesas viram o seu peso aumentar de 1,8% para 6,5%, enquanto as importações cresceram de 1,5% para 5,9% (ver anexo 6, pág. 116).

Em conjunto, estes dados não só sinalizam a crescente importância que o comércio internacional vem assumindo na economia chinesa, como parecem confirmar uma das ideias mais propaladas em relação a esta economia, ou seja, a sua crescente importância comercial no contexto das nações.

A taxa de crescimento média anual das exportações chinesas de mercadorias no período de 2000 a 2004 ultrapassou os 24%, claramente acima da média mundial de 9,1%. Os dados da década de 90 são igualmente avassaladores, bastando constatar que as exportações da China passaram de 62,1 mil milhões de USD, em 1990, para 593,3 mil milhões, em 2004 (ver anexo 7, pág. 115).

Aliás, as estatísticas parecem refutar, a priori, a ideia de que a China é apenas um grande exportador mundial e de que, portanto, a sua participação no comércio mundial seria desproporcionada. Na verdade, as importações chinesas aumentaram, desde 1990 e em média, 18,3% ao ano, suplantando qualquer dos blocos económicos em confronto e a média mundial (7,3%). Conforme foi anteriormente referido, as importações chinesas representam actualmente cerca de 5,9% do total mundial, quando em 1990 se quedavam por 1,5% (ver anexo 8, pág. 116).

A análise das importações da China deve ser todavia cautelosa, uma vez que “a grande fábrica da Ásia” está a importar sobretudo matérias-primas e produtos intermédios que, posteriormente, são processados e vendidos como bens (quase) finais. Deste modo, a Organização Mundial do Comércio estima que cerca de 80% das importações da China provêm da indústria transformadora, com particular expressividade no sector das máquinas e equipamentos de transporte (46.7% das importações totais). A indústria extractiva representa 12.7% das importações e a agricultura 7,4%, com a curiosidade de apenas 19% das importações de bens agrícolas corresponderem a bens que já haviam sido sujeitos a processamento industrial. Estes dados parecem indicar que uma parte substancial das importações está, directa ou indirectamente, relacionada com a indústria exportadora chinesa.

Em qualquer dos casos, as comparações internacionais são avassaladoras quanto à evolução do comércio na China: de entre os quatro grandes blocos comerciais mundiais³¹, foi o único que viu a sua quota-parte no comércio mundial aumentar no período de 1990 a 2004, não só no que diz respeito às exportações, como ainda nos bens importados³².

O investimento internacional

O peso do investimento directo estrangeiro destinado à China no contexto mundial situou-se, em 2004, em torno de 9,4%, tornando-a a 3.ª economia do mundo em termos de fluxos de investimento directo estrangeiro, logo a seguir aos EUA e ao Reino Unido (ver anexo 9, pág. 117).

Por outro lado, no contexto dos países em vias de desenvolvimento, a primazia da China enquanto destino do capital internacional é absolutamente inquestionável: em 2004, cerca de 26% do IDE destinado aos países em desenvolvimento foi dirigido para a China e, se contabilizarmos ainda os investimentos em Hong Kong, esse peso eleva-se a cerca de 41%. Para se ter uma ideia da expressividade destes números, basta dizer que todo o investimento na Europa Central e de Leste, adicionado ao IDE com destino ao Brasil, México e Singapura é ainda inferior aos fluxos que tiveram a República Popular da China como destino (ver anexo 10, pág. 118).

Esta maior atractividade da China enquanto destino do capital internacional tem vindo a traduzir-se num aumento substancial do peso deste país em termos de investimento directo estrangeiro acumulado. Deste modo, o IDE acumulado na China atingia, em 1980, cerca de 1,1 mil milhões de dólares norte-americanos (mM USD), o que representava apenas 0,2% do IDE mundial. Para se ter uma referência da exiguidade destes números, naquela data o IDE acumulado em Hong Kong atingia 21,2 mM USD, em Portugal era de 3,7 mM USD e, por exemplo, no Egipto, era de 2,3 mM USD.

Ora, passados 10 anos (em 1990), o IDE acumulado na China era já de 20,7 mM USD, representando 1,2% do total mundial. Portugal e o Egipto deixavam de ser comparações relevantes, e Hong Kong estava agora mais próximo (45,1 mM USD). Em 2000, o IDE acumulado na China elevava-se a 193,3 mM USD (3,3% do total

³¹ EUA, União Europeia, Japão e China.

³² Com a única excepção das importações com destino aos EUA, que aumentaram marginalmente, de 15,6% do total mundial, em 1990, para 16,1%, em 2004.

mundial), para, em 2004, os 245,5 mM USD investidos na China representarem 2,8% do total de investimento estrangeiro no mundo.

O aumento da importância da China enquanto destino do IDE volta a ser flagrante quando confrontamos com os dados para os países em desenvolvimento normalmente mais citados pela sua capacidade de atracção de investimento externo. Deste modo, mesmo excluindo Hong Kong (que aliás manteve uma notável capacidade de atracção de investimento estrangeiro depois do retorno da soberania chinesa) verifica-se que o investimento directo estrangeiro acumulado na China é superior ao investimento acumulado em qualquer dos três outros países em desenvolvimento de referência, isto é, Brasil, México e Singapura.

Em termos relativos, as conclusões são todavia algo distintas. O peso do investimento directo estrangeiro acumulado face ao produto interno bruto chinês foi de 14,9%, em 2004, bastante abaixo da média mundial, que se situava em 21,7%. O IDE acumulado na China assumia um peso claramente inferior ao observado quer nas economias mais avançadas, quer ainda nos países em desenvolvimento.

Por outro lado, os fluxos de investimento directo estrangeiro destinados à China representavam, em 2004, cerca de 8,2% do total do investimento efectuado na economia chinesa (representado pela formação bruta de capital fixo), substancialmente abaixo do observado nos restantes países em desenvolvimento analisados, e próximo, por exemplo, dos 8,8% registados na União Europeia.

Estes últimos dados, tomados em conjunto, são absolutamente claros: apesar do movimento de forte ascensão da China enquanto receptor de investimento directo estrangeiro e de se poder falar com propriedade na “grande fábrica da Ásia”, a dinâmica da economia chinesa está muito para além do investimento directo estrangeiro, razão pela qual os rácios do IDE acumulado em relação ao PIB e dos fluxos de IDE face ao investimento global na economia chinesa são, apesar de tudo, tão limitados. Isto é, está claramente a dinamizar-se uma economia interna, que se auto-sustenta, obviamente muito apoiada numa maior abertura ao comércio e ao investimento internacionais.

Por outro lado, e talvez não menos importante, esta limitada importância relativa do investimento directo estrangeiro na China deixa em aberto a possibilidade de se vir a assistir a um significativo reforço do IDE com destino ao país nos próximos anos.

A diplomacia económica da China

A diplomacia económica constitui para os países em desenvolvimento uma preocupação acrescida, procurando alterar a imagem dos seus produtos e de si próprios e reno-

var estruturas e tradições diplomáticas pouco compatíveis com os novos desafios político-económicos. A China não foge a esta necessidade. De facto, perante o enquadramento atrás descrito resulta claro que a promoção externa da República Popular da China assume uma dimensão provavelmente sem paralelo no mundo.

A imagem exterior da China: entrave à economia ou nem por isso?

Na verdade, contrariamente à esmagadora maioria dos países, a China tem um argumento concorrencial de peso no comércio internacional, chamado preço. O país consegue introduzir no mercado internacional produtos de razoável qualidade, a preços, em geral, imbatíveis. Por outro lado, a sua mão-de-obra barata e um mercado potencial de mais de 1,2 mil milhões de pessoas garantem-lhe um potencial de atractividade a nível do investimento estrangeiro sem paralelo no mundo contemporâneo.

Todavia, a “marca China” é, em muitos aspectos, um entrave à entrada dos produtos chineses noutras zonas do globo, designadamente, nos países mais desenvolvidos. Contrariamente à Alemanha, de que o mundo está habituado a receber carros fiáveis, dos Estados Unidos, donde provêm as mais avançadas tecnologias, ou da Coreia, que apresenta produtos com um elevado binómio qualidade/preço, no nosso imaginário ocidental a China está ainda muito associada aos tristes acontecimentos da Praça Tiananmen, em 1989, aos elevados níveis de corrupção das tabelas publicadas pelas organizações não governamentais, isto é, de uma forma geral, a um país cheio de contradições e pouco integrado na sociedade das nações.

Neste contexto, os organismos de promoção externa da China têm uma esfera de actuação dupla: por um lado, no apoio ao sector exportador do país, devem tentar persuadir o mundo de que os produtos chineses, para além de baratos, são bons; por outro, têm ainda a hercúlea missão de convencer os seus pares de que a China é um parceiro comercial justo, onde práticas como o *dumping* não têm mais significado expressivo, onde as regras elementares de protecção ambiental são salvaguardadas e os direitos humanos respeitados.

Arquitectura da diplomacia económica da China

A República Popular da China é nos dias de hoje uma das nações do mundo em que o grau de abertura ao exterior é mais elevado³³, reflectindo o aumento expressivo nos

³³ Medido pelo rácio entre o somatório das exportações e das importações face ao produto interno bruto.

últimos anos das exportações e das importações. Por outro lado, segundo dados de 2004, cerca de 9,4% dos fluxos de investimento directo estrangeiro mundial teve como destino a China, colocando-a no 3.º lugar do *ranking* internacional, logo a seguir aos EUA e ao Reino Unido.

Torna-se portanto clara a importância vital que tem para o país a capacidade de manter ou mesmo aprofundar estes níveis de desempenho nas várias facetas das relações económicas com o exterior. Por isso mesmo, a diplomacia económica é praticamente transversal a toda a estrutura governamental da China, isto é, cada um dos seus vinte e dois ministérios, as quatro comissões directamente dependentes do Conselho de Ministros e ainda o Banco Central e o Conselho Nacional de Auditoria devem ser agentes activos, directa ou indirectamente, na promoção da imagem externa do país.

Sob a tutela directa do Chefe de Estado chinês existem dois órgãos: a Secretaria de Estado da Indústria e do Comércio e o Departamento de Relações Exteriores. Ambos configuram áreas essencialmente operacionais da esfera governativa, muito embora sejam também utilizados como meios de difusão das principais linhas estratégicas nas áreas da indústria, do comércio e das relações internacionais (efectuando ainda o respectivo acompanhamento).

Na estrutura governativa, os (muitos) agentes da diplomacia económica aparecem dispersos por três ministérios: o Ministério dos Negócios Estrangeiros, o Ministério da Informação à Indústria e o Ministério do Comércio.

O Ministério dos Negócios Estrangeiros é responsável pela definição das orientações principais em matéria de diplomacia económica, designadamente a partir do Departamento de Planeamento e Estratégia, cuja missão integra especificamente a análise da situação económica e financeira no mundo, bem como dos vários Departamentos Regionais de Assuntos Exteriores. Estes últimos estão repartidos por zonas geográficas de âmbito continental, existindo, para além disso, um grupo autónomo que, como seria de esperar, integra Hong Kong, Macau e... Taiwan.

O Ministério dos Negócios Estrangeiros apoia a sua actividade diplomática numa vastíssima rede de embaixadas (nada menos do que cento e sessenta e quatro, apenas menos cinco do que os Estados Unidos!), com destaque para as 45 embaixadas existentes em África, no âmbito do esforço notável de penetração da China neste continente – muito apoiado por mecanismos de financiamento de projectos de construção de infra-estruturas, nomeadamente no que diz respeito às redes viárias, escolar e de saúde pública.

O Ministério da Informação à Indústria é, designadamente, responsável pela área das telecomunicações que, do ponto de vista da diplomacia económica, vem ganhando nos últimos anos um crescente peso na estratégia chinesa. Na verdade, as autoridades

parecem conscientes de que irá ocorrer gradualmente uma rotação das áreas de “conflito comercial”, que se situam actualmente de forma maioritária no comércio de bens, mas que tenderão a centrar-se no futuro na esfera dos serviços, nomeadamente nas telecomunicações, nos serviços financeiros e na área da distribuição.

Finalmente, o Ministério do Comércio é responsável por uma vasta área de competências, de entre as quais é de assinalar:

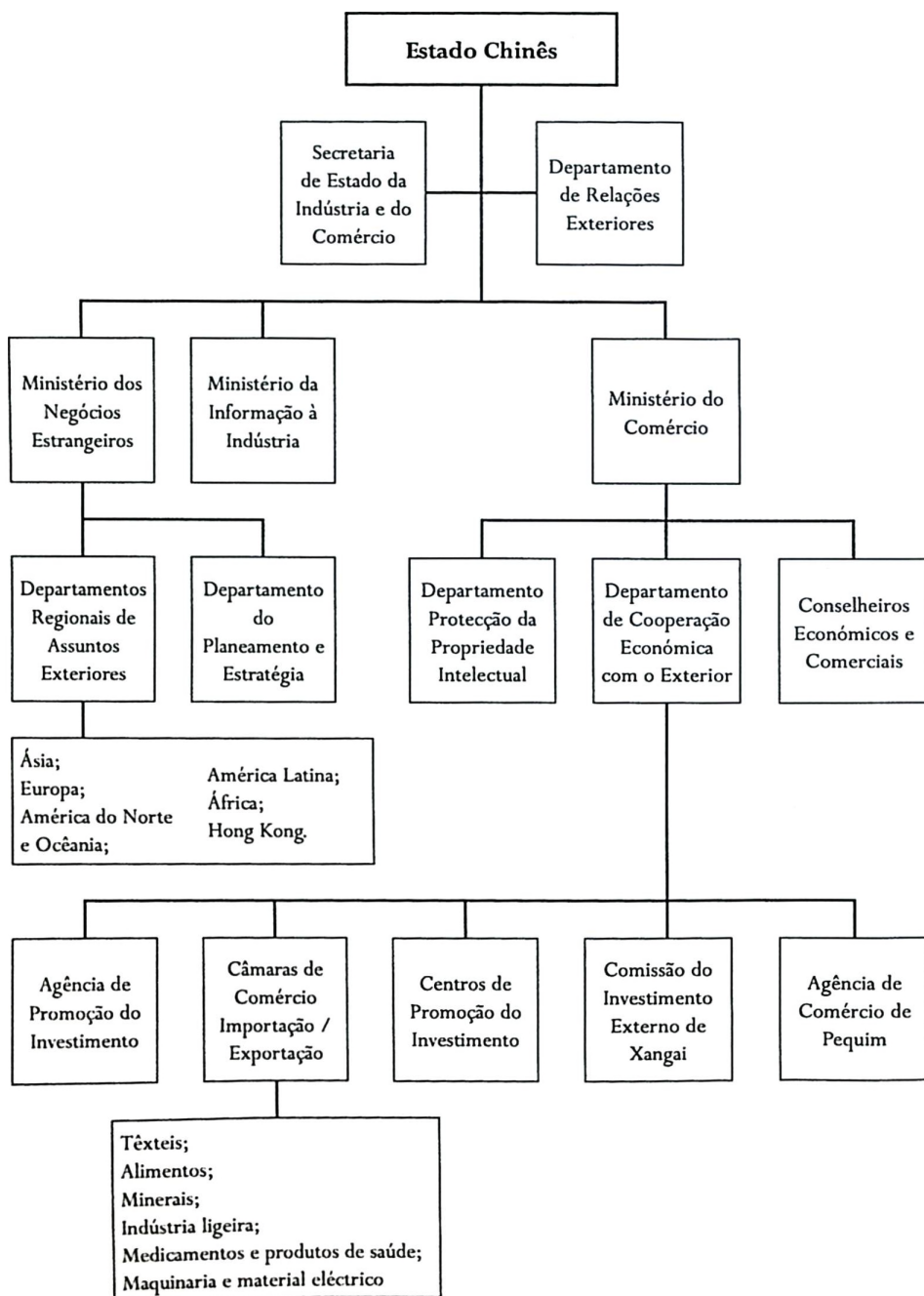
- a definição e implementação das estratégias em matéria de comércio interno e externo;
- o acompanhamento do funcionamento dos mecanismos de regulação do mercado, impedindo, em especial, as situações tendencialmente conducentes aos desvios à livre concorrência;
- a definição de políticas de cooperação bilaterais ou multilaterais;
- o estabelecimento das principais orientações em matéria de investimento no exterior;
- a definição e implementação das políticas de ajuda económica e financeira a países terceiros.

Em termos orgânicos, o Ministério do Comércio engloba dois departamentos, o Departamento de Protecção da Propriedade Intelectual e o Departamento da Cooperação Económica com o Exterior, bem como um conjunto de Conselheiros Económicos e Sociais.

O Departamento de Protecção da Propriedade Intelectual desenvolve a sua actividade em torno dos direitos de propriedade intelectual e tem vindo a assumir um maior protagonismo nos últimos anos, no contexto em que as autoridades chinesas têm tentado “apagar” a má imagem do país enquanto palco por excelência para a imitação impune das grandes marcas internacionais, nos vários ramos de actividade.

O Departamento da Cooperação Económica com o Exterior contempla as áreas do comércio e investimento, englobando cinco grupos distintos de organizações: a nível do investimento, a Agência de Promoção do Investimento, os Centros de Promoção do Investimento Internacional e a Comissão do Investimento Externo em Xangai e, na esfera do comércio, as Câmaras de Comércio de Importação/Exportação (por sua vez subdivididas em seis áreas, correspondentes a outros tantos sectores de produção) e a Agência de Comércio de Pequim.

Os Conselheiros Económicos e Comerciais estão localizados nas embaixadas da República Popular da China e desenvolvem a sua actividade essencialmente na captação de potenciais investidores externos e na difusão de informação sobre o país e a forma de com ele desenvolver laços de comércio.



O papel da diplomacia económica no futuro

Parece indiscutível que a China não irá abandonar nas próximas décadas o modelo de crescimento económico assente numa estratégia exportadora muito “agressiva” e baseada na vertente dos baixos preços. Neste contexto, a diplomacia chinesa terá sempre como uma das suas maiores prioridades a criação de condições favoráveis a que a indústria e, no futuro cada vez mais o sector dos serviços, possam canalizar para o comércio externo boa parte dos seus *outputs*.

Por outro lado, é previsível que gradualmente a China deixe de ser apenas a “grande fábrica da Ásia” e se desenvolva um mercado interno auto-sustentado, de produtos em que a oferta interna não seja capaz de satisfazer uma procura eventualmente crescente. Criam-se assim condições adicionais para um ainda maior crescimento do investimento internacional no país e, em paralelo, para um aumento das importações chinesas de bens finais.

Assim, as autoridades chinesas jamais perderão de vista o papel essencial da diplomacia económica na acção externa do Estado. Pelo contrário, é provável que a esperada crescente abertura da economia chinesa ao mercado induza movimentos acrescidos de fomento da iniciativa privada empresarial, designadamente na área do investimento internacional. Poderá, portanto, não estar já longe o momento em que a China tente de forma mais consistente participar na agenda económica do mundo, já não apenas como a “grande fábrica”, mas também através da participação activa no capital de grandes empresas transnacionais, nos projectos de investigação em áreas industriais de ponta, no desenvolvimento de sectores tecnologicamente mais avançados na área dos serviços. Os desenvolvimentos recentes em matérias como as telecomunicações e a indústria aeroespacial são claramente indiciadores disso mesmo.

5. SÍNTESE CONCLUSIVA

Optou-se por apresentar neste ponto aqueles aspectos que são comuns aos vários países analisados e aqueles que os diferenciam nos modelos de diplomacia económica em permanente construção e desenvolvimento. Assim, no que diz respeito aos aspectos comuns mais marcantes, é de assinalar:

1. A globalização e os processos de produção que lhe estão inerentes são um pressuposto de toda a análise e de todas as estratégias enunciadas. O pressuposto transforma-se aliás em teorema: pressão competitiva, mercados regionais/mundiais

desregulamentados e produções assentes em vantagens competitivas globais.

2. Formações modernas para diplomacia económica – novas técnicas, competências, perfis de especialização, atitudes e aptidões – que devem ser integradas nos *curricula* dos organismos de formação tradicionais.

3. Enquanto o processo de globalização procura homogeneizar as regras económicas mundiais, os países procuram reconstruir uma imagem própria que os identifique internacionalmente, materializada numa "marca-país" diferenciadora do binómio produto/cultura.

Os principais aspectos que diferenciam os modelos analisados encontram-se sintetizados nos quadros seguintes:

Principais aspectos diferenciadores

	Papel do sector público	Arquitectura da diplomacia económica	Espaços de actuação privilegiados
Brasil	Elemento de afirmação internacional por via das negociações nas instâncias internacionais.	Uma estrutura de concepção e formulação de políticas económicas e comerciais com grande pendor governamental ao mesmo tempo que desenvolve uma outra estrutura de natureza mais operacional com um carácter "menos governamental". A própria componente de promoção comercial ainda não está sistematicamente integrada nas estruturas territorialmente desconcentradas brasileiras. Diplomacia económica em sentido estrito em que a componente económica domina sobre a componente comercial e de <i>marketing</i> .	América Latina e EUA e alguns relacionamentos bilaterais.
Espanha	Elemento reformador do seu modelo de diplomacia económica e do seu serviço externo face aos novos desafios globais e regionais em que se insere.	Caracteriza-se pela (ainda) pouca integração entre a componente económica do Ministério dos Assuntos Exteriores e de Cooperação e a componente comercial dos dois outros ministérios com competências na promoção e internacionalização da economia – Ministério da Economia e da Fazenda e Ministério da Indústria, Turismo e Comércio.	União Europeia, América Latina, Magrebe, Mediterrâneo e Médio Oriente, Leste Europeu e Europa Central.

	Papel do sector público	Arquitectura da diplomacia económica	Espaços de actuação privilegiados
Itália	Elemento dinâmico de competitividade comercial, enquanto fonte de oferta de serviços e informação ao sector privado que se quer cada vez mais internacionalizado. O sector público tem como missão endogeneizar o conceito de "qualidade total" e funcionar como plataforma de suporte à internacionalização económica e cultural italiana.	Falar de diplomacia económica italiana é, actualmente, sinónimo de falar da eficácia da internacionalização do sistema económico italiano. A preocupação é a de identificar oportunidades de negócios para as empresas italianas e, principalmente, para a internacionalização do "sistema de produção italiano" baseado em PME's italianas. Adopta um modelo integrado e sistémico de diplomacia económica em que o seu êxito está directamente dependente, por um lado da capacidade de coordenação e entendimento entre os múltiplos organismos intervenientes e, por outro, da dinâmica produtiva interna italiana e da zona económica está inserida.	África, Américas, Ásia, Europa, Mediterrâneo e Médio Oriente.
China	A diplomacia económica é praticamente transversal a toda a estrutura governamental da China, isto é, cada um dos seus vinte e dois ministérios, as quatro comissões directamente dependentes do Conselho de Ministros e ainda o Banco Central e o Conselho Nacional de Auditoria devem ser agentes activos, directa ou indirectamente, na promoção da imagem externa do país.	O facto de a China ter, contrariamente à esmagadora maioria dos países, um argumento concorrencial de peso no comércio internacional chamado preço, traduz-se num modelo de diplomacia económica que poderíamos designar de tradicional. A diplomacia económica chinesa é feita maioritariamente a partir de Pequim e todos os esforços procuram conferir vantagens para as empresas da e na China. Começam, contudo, a verificar-se algumas novas tendências, nomeadamente um movimento de <i>going-out</i> das empresas chinesas (públicas e privadas) e o desenvolvimento de plataformas de <i>clusters</i>, especialmente, no continente africano. Estes movimentos terão impactos significativos a curto e médio prazo no modelo chinês de diplomacia económica.	África, UE e EUA.

PARTE III – A diplomacia económica portuguesa: A dimensão político-institucional

Quaisquer que sejam as suas efectivas consequências, a directiva política para a diplomacia económica e promoção externa vem recolocar em debate o problema do modelo e práticas da diplomacia económica e da diplomacia *tout court* em Portugal.

Nas próximas páginas abordaremos o que foi a anterior prática portuguesa na esfera da diplomacia económica e as alterações que a directiva política para a diplomacia económica veio induzir em todo o sistema. Destacaremos as “voltas e reviravoltas” a que a própria directiva foi sujeita, face a uma constante alteração da forma como foi percebida pelo poder político – também ele sujeito a várias mudanças nos últimos anos.

Porque o actual Ministério dos Negócios Estrangeiros parece ter ideias em larga medida coincidentes com as dos autores deste estudo em matérias como a centralização conveniente de uma série de organismos/infra-estruturas de apoio à internacionalização das empresas portuguesas, deixaremos para as conclusões as alterações mais recentes a nível da diplomacia económica em Portugal.

1. ANTERIOR PRÁTICA PORTUGUESA

De modo pouco coordenado a diplomacia económica tem vindo a ser exercida em Portugal por diversas organizações, designadamente, embaixadas e consulados, ICEP, API e câmaras do comércio.

As embaixadas

Durante a maior parte do século XX, as nações continuaram a entender a rede de representações diplomáticas, em geral, e as suas embaixadas, em particular, como o instrumento privilegiado de projecção do poder político, de reforço da sua influência e do seu prestígio no mundo.

Também por isso, aos embaixadores solicitava-se uma sólida formação política, bem como alguma habilidade e capacidade de negociação internacional. Naturalmente, a importância da sua acção era directamente proporcional à evolução dos focos de conflito internacionais ou, pelo menos daqueles em que o respectivo país estivesse envolvido: quanto mais focos de tensão ocorressem, mais indispensável se vislumbrava a acção da rede diplomática.

Ainda por isso, o padrão de localização dos diversos níveis da rede diplomática obedecia a critérios quase estritamente políticos, que em nada tinham a ver com questões economicistas: não se criava uma representação diplomática portuguesa no país A porque interessava fomentar o investimento estrangeiro, o turismo ou as trocas comerciais com o nosso país; instituía-se essa embaixada porque o país em causa tinha uma posição central na teia político-institucional (ou na lógica dos conflitos).

A globalização veio alterar tudo isto!

Por um lado, ao internacionalizar e massificar actividades tão diversas como o comércio e o investimento, o turismo e as tecnologias da comunicação, transmitiu às nações uma mensagem clara: ou estas conseguiam ser competitivas a nível internacional, ou sujeitavam-se a um processo de progressivo empobrecimento e perda de importância no contexto económico mundial.

Acontece que a perda de competitividade, neste mundo globalizado, pode ocorrer, pelo menos, por dois motivos completamente distintos: porque a empresa não consegue produzir a preços equiparáveis aos dos seus principais concorrentes, mas também porque a empresa não consegue utilizar o *marketing* e a imagem que este projecta da “marca” como forma de captar mercados. Aliás, suspeitamos que, progressivamente, as questões da marca começaram a sobrepor-se à mera lógica do preço, não apenas ao nível do produto, mas também do próprio país³⁴.

Tratando-se de uma questão de preço ou de marca, a verdade é que estes desenvolvimentos que a globalização nos trouxe exigiram também uma nova lógica para a

³⁴ Tomemos, como exemplo, a Marca Portugal, que tem impacto nalguns produtos agrícolas (aglomerados de cortiça, vinho, talvez ainda o azeite) e, certamente, no turismo ou, pelo menos, em alguns dos seus segmentos.

actividade diplomática das nações. Hoje, a rede diplomática deve preocupar-se, em conjunto com os outros actores neste processo (designadamente as empresas e as organizações não governamentais), em promover os produtos e serviços nacionais, mas também em projectar do país uma imagem, tanto quanto possível real, de si próprio, das suas capacidades, da sua história e cultura, dos seus valores e dos seus produtos.

A rede diplomática deve ainda interagir com outros canais neste processo de promoção da imagem do país, designadamente através de iniciativas de cariz mediático, nomeadamente os grandes acontecimentos desportivos e as exposições internacionais (veja-se o impacto da Expo-Sevilha e da Expo-Lisboa para os respectivos países), ou mesmo associando-se ao sucesso desportivo ou cultural de cidadãos nacionais³⁵.

Em bom rigor, o problema de quase todas as nações é que ninguém sabe nem quer saber nada sobre elas. É precisamente esse um dos aspectos que a diplomacia moderna, apoiada na sua vertente económica, deve tentar perceber e combater, transmitindo do país uma imagem que seja facilmente captável e, se possível, admirada no exterior.

Da lógica de criação das embaixadas e consulados aos recursos humanos afectos às embaixadas

Portugal tem actualmente setenta e sete embaixadas³⁶ espalhadas pelo mundo, com clara predominância para a Europa, onde dispomos de 36 embaixadas que cobrem a quase totalidade do continente³⁷. É de referir que existiam algumas excepções de relevo, designadamente de alguns dos novos países da União Europeia (nomeadamente os Estados do Báltico, isto é, a Estónia, Letónia e Lituânia) e da Bielorrússia. Estas lacunas foram, já em 2005, parcialmente colmatadas, com a abertura de embaixadas nos referidos Estados do Báltico, bem como em Chipre, Eslovénia e Eslováquia (esta última ainda em 2004).

Trata-se, em primeiro lugar, de uma rede vasta à escala mundial, especialmente se tiver-

³⁵ Suspeitamos que alguns dos nossos "craques" do futebol ou do atletismo poderiam ser excelentes embaixadores itinerantes.

³⁶ Inclui-se neste número a missão temporária na Bósnia-Herzegovina.

³⁷ As restantes embaixadas repartem-se da seguinte forma: quinze em África, onze no Continente americano (quatro na América do Norte e Central e sete na América do Sul), nove na Ásia, cinco no Médio Oriente e uma na Oceânia.

mos em conta o papel algo periférico de Portugal na cena política mundial (nomeadamente nos grandes palcos de conflito/negociação actuais), a nossa reduzida dimensão económica e o leque limitado de países que potencialmente deveriam merecer maior atenção, designadamente do ponto de vista de uma estratégia de promoção do investimento estrangeiro no país ou das exportações portuguesas para o resto do mundo extra-União Europeia (UE).

A título meramente exemplificativo, vejamos o caso da Espanha. O nosso vizinho ibérico tem actualmente cento e cinco embaixadas, mas, se retirarmos as missões diplomáticas na América Latina (que existem por questões estratégicas que ultrapassam em muito a vertente económica), esse número diminui para oitenta e oito embaixadas. No noroeste europeu, encontramos a Irlanda, com somente quarenta e nove embaixadas espalhadas pelo mundo. A Bélgica, apesar de contar com oitenta e sete embaixadas, dispõe apenas de vinte e quatro consulados gerais e seis consulados, pelo que a sua rede diplomática é quantitativamente inferior à portuguesa. Convirá todavia referir, em abono do rigor de análise, que existem outros exemplos de redes diplomáticas aparentemente sobredimensionadas, mesmo a nível europeu, designadamente a Grécia, que possui oitenta embaixadas no exterior.

É aliás conveniente não esquecer que Portugal está incluído na UE e, como tal, ao abrigo dos desígnios da Política Externa e de Segurança Comum (a chamada PESC). Ora, nesse contexto e atentos os objectivos da PESC, seria de esperar uma progressiva coordenação de estratégias e esforços ao nível diplomático, que tornariam certamente redundantes algumas das missões diplomáticas espalhadas pelo mundo. A título meramente exemplificativo, imaginando que a actividade principal de uma embaixada portuguesa num longínquo país da América Latina é exarar vistos de entrada em Portugal, será razoável considerar até que ponto essa missão diplomática não configura um absoluto desperdício de recursos para o país. Na verdade, admitimos que essa tarefa poderia facilmente ser desempenhada por qualquer outro país da União Europeia que tivesse uma permanência, e motivações, mais activas nesse país (numa primeira análise, a embaixada espanhola).

Em segundo lugar, trata-se de uma rede que foi essencialmente constituída com base em critérios de incidência político/estratégica da segunda metade do século XX, só por mero acaso coincidentes com as novas realidades económicas e, até, sociopolíticas que o final da “Guerra Fria” propiciou (ver anexo 11, pág. 119).

Começemos pela rede de embaixadas na Europa. Sendo aceitável, num contexto em que o país tem vindo cada vez mais a aprofundar a sua vocação europeísta, que se pretenda, tanto quanto possível, ter representações diplomáticas na generalidade dos

países europeus é, no entanto, de questionar até que ponto se justifica a permanência de missões diplomáticas nalguns Estados europeus. Por exemplo, justificar-se-á actualmente ter embaixadas na Bulgária e na Roménia, países que, ao menos do ponto de vista das relações comerciais, do investimento ou do turismo têm um peso absolutamente residual para Portugal³⁸? Não seria, numa lógica de custo/benefício, mais prudente alargar a cobertura do mar Negro, reforçando a presença diplomática portuguesa em Ankara e Kiev? (ver anexo 12, pág. 121).

Estas reflexões tornam-se, todavia, mais prementes quando olhamos para as restantes zonas geográficas: na América do Sul, existem sete (7!) embaixadas, quando nos pareceria fundamental concentrar os recursos em dois mercados prioritários, isto é, o Brasil e a Argentina³⁹; em África temos uma vastíssima rede de missões diplomáticas, que abrange países como a Etiópia, o Quênia, o Zimbabué e o Senegal (ver anexo 13, pág. 122).

Em contrapartida, na Ásia, região que se vem afirmando em crescendo do ponto de vista económico e financeiro, e que provavelmente irá ocupar um lugar central a nível político e social no mundo (basta olhar para os dados populacionais e imaginar, por exemplo, o que acontecerá aos tradicionais fluxos migratórios e turísticos quando a China e a Índia aumentarem em meia dúzia de dólares os respectivos rendimentos *per capita*), a nossa rede diplomática continua a ser relativamente escassa, não tanto em termos do número de embaixadas na região, mas mais em função dos recursos de que estas dispõem para desenvolver a sua actividade.

Por último, a rede diplomática tem ainda como critério preferencial de localização os fluxos migratórios portugueses da segunda metade do século passado. Esta realidade torna-se particularmente evidente quando se observa a extensa lista de países em que Portugal tem consulados (cinquenta e oito no total), para além de um vasto número de cônsules honorários (cerca de cento e cinquenta). Assim se compreende que a França seja o país em que Portugal tem o maior número de consulados (treze!), a que se acrescentam quatro na Alemanha, seis nos EUA e nove no Brasil. Em Espanha, hoje em dia destacadamente o principal parceiro económico do país, tanto a nível do comércio externo como do investimento do exterior em Portugal e do país no exterior, temos, em contrapartida, apenas seis consulados (Barcelona,

³⁸ Bastaria, a este propósito, que a rede diplomática seguisse o próprio exemplo do ICEP, cujas delegações se empenham em desenvolver o mercado de implantação mas também mercados de vizinhança (por exemplo, a República Checa em relação à Roménia).

³⁹ Para além destes dois países, Portugal tem embaixadas na Venezuela, Colômbia, Peru, Chile e Uruguai.

Bilbau, Madrid, Sevilha, Valência e Vigo).

Daqui resulta a convicção de que a rede diplomática está, pelo menos no que diz respeito à sua repartição geográfica, algo desajustada. Acresce ainda que não parecem existir critérios objectivos na definição dos recursos afectos às nossas missões no exterior. Por exemplo, seria demasiado complexo estabelecer patamares orçamentais para cada embaixada, em função do interesse específico para Portugal do país em questão (onde a diplomacia económica teria certamente uma palavra a dizer)? Em complemento a esta ideia, será útil para o país, sobretudo atendendo à actual situação financeira, canalizar 20 ou 30 milhões de euros/ano para uma embaixada num país onde o nosso peso político é residual e, portanto, o embaixador português apenas tem acesso à base da pirâmide ministerial local e tão pouco consegue aceder às “forças vivas” da economia desse país?

São conhecidas, e compreensíveis, as dificuldades de adaptação do diplomata de carreira às questões económicas: trata-se normalmente de cidadãos com formação na área do direito ou das relações internacionais e que iniciaram a sua carreira numa época em que a ciência económica era absolutamente secundária no âmbito da diplomacia.

O que já não é aceitável é que o diplomata de carreira, voluntária ou involuntariamente, se torne um obstáculo à boa prossecução dos objectivos de âmbito económico do país no exterior. Querendo aceitar que aqueles obstáculos são absolutamente involuntários e resultam da ausência de formação na área económico-financeira, então valeria a pena encarar a adopção de algumas medidas para os ultrapassar.

Sendo nós defensores de um modelo diplomático centralizado, em que à embaixada deverá ser cometida a responsabilidade pela representação externa de Portugal, também na esfera económica, então parecem-nos restar apenas dois caminhos: dotar as embaixadas de elementos com formação nessa área (e com responsabilidades de decisão) e, por último, fomentar a formação económica dos próprios embaixadores.

Como nos dizia alguém, caricaturando um pouco a situação, por que razão haverá o país de “sujeitar” os seus embaixadores, de tempos em tempos, a passar um período tormentoso (e de quase sabática...) em Lisboa, sofrendo com a poluição e a ausência de óperas de qualidade? Não seria mais proveitoso que nesse período, à semelhança do que se passa noutros países, os embaixadores pudessem optar por frequentar cursos de formação de qualidade na área económico-financeira ou, em alternativa, se direccionassem temporariamente para empresas ou associações empresariais? Seria porventura uma partilha bastante proveitosa também para as empresas, designadamente pelo aproveitamento da experiência internacional dos diplomatas.

O papel do Instituto do Comércio Externo Português (ICEP)

A promoção externa do comércio, do turismo e do investimento foi sendo assegurada ao longo dos anos pelo ICEP, regra geral a partir da participação em feiras internacionais naquelas áreas e da criação de programas específicos de apoio à internacionalização como, só para citar algumas das iniciativas mais recentes, os programas Mais Quota Internacional e Marcas Portuguesas de Comércio. De permeança surgiram algumas iniciativas que envolveram outras instituições, designadamente o Núcleo Empresarial de Promoção Externa, criado em 2003 a partir de uma parceria entre o ICEP, a Associação Empresarial de Portugal (AEP) e a Associação Industrial Portuguesa (AIP), com o objectivo prioritário de promover o aumento das exportações nacionais.

Independentemente dos méritos destas iniciativas, e de outras que o ICEP foi implementando ao longo dos anos, somos regra geral confrontados com a ausência de uma efectiva coordenação com a rede de representações diplomáticas, de que é aliás sintomático o facto de, até 2003, a esmagadora maioria das delegações do ICEP no exterior nem sequer funcionarem em embaixadas (trinta e duas, num total de quarenta e nove delegações). Além disso, boa parte das iniciativas são delineadas a nível centralizado (no ICEP-Lisboa), resultando normalmente em contactos directos com as empresas, nos quais raramente a vertente diplomática aparece envolvida.

Por outro lado, o orçamento do ICEP foi sempre bastante limitado: só por curiosidade, em 2002, o orçamento promocional situou-se em 17,4 milhões de euros, subindo nos dois anos seguintes, para 58,1 e 60,3 milhões de euros, respectivamente. A afectação dos recursos financeiros tem sido claramente direccionada para o turismo e para o comércio e internacionalização, neste último caso sobre o lema recente de “exportar mais e melhor”, cabendo ao investimento internacional uma parcela residual do investimento promocional (0,1% do total, em 2004), sobretudo após a criação da Associação Portuguesa para o Investimento (API), em finais de 2002. Deste modo, em 2004, o ICEP destinou apenas 90,1 milhares de euros à promoção do investimento internacional em Portugal (ver anexo 14, pág. 123).

Neste anexo, é todavia de realçar a pouca expressividade do investimento promocional na China que, em 2004, atingiu 115,1 milhares de euros (isto é, 0,2% do orçamento promocional do ICEP), dos quais 37,5 milhares na área do comércio e internacionalização e 77,5 milhares no turismo.

É, ainda assim, de assinalar a colocação da China, a par com o Canadá e o México, no lote de mercados com vantagens potenciais. Todavia, num contexto em que a China é

actualmente o principal destino do investimento estrangeiro e é lá que se observam as maiores taxas de crescimento do comércio internacional, é de esperar um esforço mais acentuado das empresas portuguesas e dos organismos de apoio ao comércio e à internacionalização para que, finalmente, este país passe a integrar a categoria dos “mercados com vantagens demonstradas” (ver anexo 15, pág. 125).

Do ponto de vista da organização do ICEP somos confrontados com alguns dados que nos deixam algo perplexos, designadamente a nível da afectação do pessoal. Deste modo, para além de um número impressionante de quadros estar ausente do Instituto, em situação de licença sem vencimento, requisição ou destacamento (em 31 de Dezembro de 2004, eram 32 elementos nesta situação, num total de 713 efectivos), verifica-se que os efectivos no estrangeiro são 247, quando em Portugal o ICEP dispõe de 441 efectivos! (ver anexo 16, pág. 126).

A Associação Portuguesa para o Investimento (API)

A Associação Portuguesa para o Investimento foi criada em Novembro de 2002, com o objectivo prioritário de promover grandes projectos de investimento, de origem nacional ou externa, em Portugal. Foi, deste modo, desenhada uma “linha de fronteira” entre o ICEP/IAPMEI, o Instituto de Turismo de Portugal (entretanto extinto) e a API, em função da dimensão do projecto (25 milhões de euros) e/ou do investidor (75 milhões de facturação e 40 milhões de orçamento anual). Projectos acima destes patamares passam a ter a API como único interlocutor nacional, representando todas as restantes entidades administrativas envolvidas.

O ano de 2004 permite já efectuar um balanço relativamente rigoroso quanto à actividade da API, passada que está a fase de arranque da própria agência. Nesse ano, foram acordados projectos de investimento estrangeiro em Portugal no valor global de 709.4 milhões de euros, que permitiram a criação de cerca de 2400 postos de trabalho.

Trata-se de indicadores interessantes, mas que não inviabilizam algumas reflexões de âmbito genérico, e outras mais específicas. Em primeiro lugar, quer do ponto de vista financeiro, quer do ponto de vista operacional, não se vislumbra quais as vantagens de ter uma entidade especificamente orientada para a captação de grandes projectos de investimento. Não poderia o ICEP desempenhar (como o fez no passado) esse papel? Não será mais fácil ao *staff* das embaixadas/delegações do ICEP contactar directamente com o investidor externo, do que deixar essa missão cometida a quem se encontra distante (e não apenas fisicamente) desses mercados?

Será mais difícil a um quadro da embaixada/delegação do ICEP com largos anos de vivência, por exemplo, no Japão desenvolver esforços para captar investimentos para Portugal do que afectar essa tarefa a uma organização provavelmente desconhecida pela generalidade dos investidores em causa?

É aliás curioso imaginar a operacionalidade do sistema actual, designadamente porque a decisão de investimento, para mais quando envolve mercados externos, é suficientemente complexa e dinâmica para se poder imaginar situações em que o interlocutor começa por ser alguém do ICEP e, porque entretanto os montantes inicialmente imaginados aumentaram, teoricamente o interlocutor passaria a ser a API. É óbvio que o bom senso das pessoas envolvidas em todos estes processos permite tornar situações como esta, mas isso não esconde a realidade: o sistema está manifestamente mal organizado e pouco próprio a um país com as características de Portugal.

Outros organismos: a rede de conselheiros para a internacionalização da economia portuguesa e as câmaras de comércio

A rede de conselheiros para a internacionalização da economia portuguesa foi criada em 2000 e contava, até muito recentemente⁴⁰, com cinquenta e seis conselheiros localizados em dezoito países. Trata-se de cidadãos nacionais, empresários ou gestores, residentes no estrangeiro que se destacaram na sua área profissional e que são nomeados para estas funções por um período de três anos.

A sua missão, desempenhada em estreita colaboração com os delegados do ICEP⁴¹, tem consistido fundamentalmente no aconselhamento dos poderes políticos na elaboração de uma política de internacionalização da economia portuguesa, dando a conhecer oportunidades de negócio para as empresas portuguesas no exterior e, paralelamente, desempenhando uma actividade de *lobbying* em prol da Marca Portugal.

Trata-se de um trabalho de difícil avaliação, nomeadamente quando se pretende quantificar variáveis como as oportunidades para empresas nacionais criadas pelos conselheiros

⁴⁰ Já em 2006, e muito próximo da data em que estes textos foram dados por concluídos, ficou a saber-se da aparente intenção do Governo em extinguir a rede de conselheiros, no que irá supostamente representar uma poupança de gastos superior a 30 milhões de euros por ano.

⁴¹ Os delegados do ICEP devem prestar a estes conselheiros para a internacionalização toda a informação necessária ao desempenho das suas funções. Curiosamente, apesar da progressiva integração dos delegados do ICEP na esfera de competências dos embaixadores, não parece que algo de semelhante tenha ocorrido com os conselheiros para a internacionalização.

ros ou mesmo os projectos de investimento no país que resultaram eventualmente de intervenções directas destes agentes. Também é indiscutível o serviço público por eles prestado e inquestionável o mérito profissional de todos os conselheiros actualmente em funções.

No entanto, é curioso observar que metade dos conselheiros exerce a sua função profissional na esfera financeira, nalguns casos em posições algo longínquas do universo alvo para a internacionalização da economia portuguesa. Será esta a estratégia em matéria de internacionalização que se pretende seguir, isto é, privilegiar a expansão para o exterior das nossas empresas financeiras? Que espaço sobra, por exemplo, para a área da distribuição ou para indústrias como os aglomerados? Ou será que estes sectores se anteciparam ao Estado e, sem ajudas dos poderes públicos, percorreram sozinhos o caminho da internacionalização, nalguns casos com sucesso indiscutível, como é o exemplo flagrante da Jerónimo Martins, da Sonae e de tantas outras empresas, algumas até de reduzida dimensão e âmbito quase familiar?

É que se a resposta a esta última interrogação for afirmativa, então talvez fosse prudente nomear os presidentes destes grupos como conselheiros para a internacionalização, pese embora o facto de não residirem no exterior...

Quanto às câmaras de comércio, estas desempenham um papel similar ao dos conselheiros para a internacionalização, eventualmente mais vocacionado para o nicho das pequenas e média empresas (PME), na medida em que têm como principais funções o apoio à internacionalização das PME portuguesas, o reforço do comércio bilateral, a captação do investimento directo estrangeiro e a promoção da imagem de Portugal no exterior.

Actualmente existem 35 câmaras de comércio, agrupadas na Confederação Mundial dos Empresários das Comunidades Portuguesas, das quais oito no Brasil, no que é aliás uma demonstração de que, também aqui, o mapa da emigração portuguesa teve o seu impacto.

2. O MODELO PORTUGUÊS DE DIPLOMACIA ECONÓMICA E PROMOÇÃO EXTERNA

A directiva política para a diplomacia económica

Segundo relata o embaixador Calvet de Magalhães, a primeira tentativa de diplomacia económica em Portugal remonta ao início da revolução liberal de 1820, quando “o primeiro ministro dos Negócios Estrangeiros da nova ordem, o notável pensa-

dor Silvestre Pinheiro Ferreira, no primeiro relatório que apresentou às Cortes, sustentou a necessidade de os nossos representantes diplomáticos se dedicarem, prioritariamente, à promoção do comércio com as outras nações, indo ao ponto de preconizar que os chefes de missões deveriam deixar de se chamar embaixadores e ministros, para passarem todos a chamar-se encarregados de negócios"! Mas a intenção acabou por não vingar: "As ideias de Pinheiro Ferreira não frutificaram e, embora os nobres tenham perdido o quase-monopólio da chefia de missões, o espírito do desprezo ou da indiferença pelos assuntos económicos continuou a perdurar em grande parte dos diplomatas portugueses"⁴².

Bem mais tarde, já no ano de 2003, o ambiente económico português é sacudido pela orientação do embaixador Martins da Cruz, ministro dos Negócios Estrangeiros do governo de Durão Barroso. Já prenunciada pelo Programa para a Produtividade e Crescimento da Economia aprovado em 17 de Junho do ano anterior, em 6 de Janeiro de 2003 é explicitada a directiva da diplomacia económica num discurso no MNE, sendo mais tarde concretizada através de despachos conjuntos dos ministros dos Negócios Estrangeiros e da Economia.

Do ponto de vista orgânico, a principal inovação é a de estabelecer uma dupla tutela para os embaixadores portugueses: eles passam a receber instruções e a responder perante os dois referidos ministros, dos Estrangeiros e da Economia. Em termos funcionais, os embaixadores ficam com a responsabilidade de elaborar anualmente um "plano de negócios" para a sua acção comercial no país onde estão acreditados, plano esse que deve "prever objectivos, sempre que possível quantificados, para as exportações de Portugal para cada país e para as receitas de turismo dele proveniente, bem como as acções a desenvolver para atingir esses objectivos". Mais ainda, as directivas políticas para a diplomacia passam a utilizar uma terminologia própria da gestão empresarial: "A sua gestão deve seguir um modelo empresarial com *interfaces* nas tutelas, nas redes de conselheiros para a internacionalização da economia, câmaras de comércio, associações empresariais, clubes de excelência, pequenas e médias empresas, centros de investigação, de tecnologia e de inovação. Deve produzir planos de actividades em função de mercados prioritários e elaborar o perfil de Portugal mais adequado a cada um deles, adaptando a sua estrutura permanente ao *core business*" (discurso do ministro Martins da Cruz em 6 de Janeiro de 2003).

Na missão do embaixador entram assim novas tarefas: coordenar o apoio às empresas por-

⁴⁰ José Calvet de Magalhães, "A diplomacia económica em foco" in *O mundo em português*, n.º 41, Fevereiro de 2003.

tuguesas; promover bens e serviços portugueses; apoiar a captação de investimento estrangeiro; promover Portugal enquanto destino turístico; avaliar o risco político dos negócios; identificar novas áreas e oportunidades de negócio; em geral, incentivar a internacionalização da economia.

Para cumprimento destas novas funções, as representações externas do Estado português tendem a unificar-se, a partir da localização das embaixadas e das delegações do ICEP em espaços comuns. Simultaneamente, os delegados do ICEP serão integrados nas estruturas do MNE na qualidade de conselheiros económicos, embora o Ministério da Economia continue a superintender nas actividades comerciais e de promoção turística.

Principais características do modelo implementado

A promoção externa do comércio, do turismo e do investimento estrangeiro em Portugal sofreu profundas alterações em 2003, com a definição de um modelo português de diplomacia económica e promoção externa. O modelo então definido assentava na ideia-chave de integrar e harmonizar toda a vasta rede diplomática do país, nas suas vertentes política e económica, permitindo assim uma racionalização de meios e uma maior coerência nas iniciativas em prol da promoção externa do país.

De entre as novidades que este novo modelo de diplomacia económica apresentava, destacam-se, na primeira fase da sua implementação, a integração dos delegados do ICEP na estrutura das embaixadas, tanto em termos do reporte funcional ao embaixador em causa (embora mantendo o vínculo ao ICEP-Portugal), como ainda na sua localização física (co-localização integral dos delegados com as missões diplomáticas, sejam elas embaixadas ou consulados⁴³) e, portanto, na utilização das estruturas de apoio das próprias embaixadas. Estes delegados passaram a ser designados por conselheiros económicos e comerciais, e estava previsto que, numa fase posterior, viessem a ser integrados na estrutura das missões diplomáticas, numa carreira com características técnicas.

Em segundo lugar, ocorreram alterações a nível do próprio ICEP-Portugal, que passou a depender da dupla tutela Ministério da Economia/Ministério dos Negócios

⁴³ É curioso que, em Janeiro de 2003, momento em que o Governo avançou com as alterações a nível da rede diplomática, apenas 17 das 49 delegações do ICEP funcionavam em embaixadas. Actualmente a situação inverteu-se, embora ainda existam delegações do ICEP fisicamente fora das embaixadas em cidades como Berlim, Bruxelas, Madrid ou Sydney, entre algumas outras.

Estrangeiros⁴⁴, embora continue a ser responsável pela gestão da rede externa de delegados. No entanto, a responsabilidade pela actividade comercial corrente dos delegados passou a ser exercida pelo ICEP-Portugal em coordenação com os embaixadores.

Simplemente, entre a implementação do modelo de diplomacia económica no périplo do embaixador Martins da Cruz (Ministro dos Negócios Estrangeiros do XV Governo Constitucional) e a actualidade sucederam-se três governos, uma reconfiguração substancial do Ministério da Economia e, como é norma nestas circunstâncias, uma “dança de cadeiras” com algum impacto a nível da organização do modelo.

Entre algumas outras “novidades”, é de assinalar o aprofundamento da ligação entre o ICEP e o IAPMEI (que já funcionavam numa espécie de plataforma de serviços partilhados desde 2003), cujo aparente objectivo final será a integração destas duas organizações, bem como a alteração da competência de promoção externa do turismo nacional do ICEP para o recém-criado Instituto de Turismo de Portugal.

Em todo o caso, mantém-se o princípio de que a rede de diplomacia económica seja tutelada pelos Ministérios dos Negócios Estrangeiros e da Economia e Inovação, devendo o ICEP/IAPMEI, a Agência Portuguesa para o Investimento e o Instituto de Turismo de Portugal ser utilizadores dessa rede e responsáveis, respectivamente, pela dinamização das áreas do comércio externo, do investimento externo e do turismo.

Um aspecto importante do modelo de diplomacia económica prende-se com o envolvimento de entidades empresariais privadas. Actualmente, uma das ideias-chave a nível da diplomacia económica é precisamente a de que se trata de um território supranacional com actores não estatais, tendo portanto os ministros dos Negócios Estrangeiros de aprofundar as suas capacidades institucionais no relacionamento com actores não estatais e outros ministros.

Em Portugal, no âmbito desse envolvimento, é de assinalar a criação do Núcleo Empresarial de Promoção Externa (NEPE), ainda em Janeiro de 2003, fruto de uma parceria entre o ICEP, a Associação Empresarial de Portugal (AEP) e a Associação Industrial Portuguesa (AIP). A missão principal do NEPE é a de dinamizar a rede de promoção externa privada, em conjunto com as câmaras de comércio, dado o especial envolvimento destas últimas com o importante nicho

⁴⁴ O XVII Governo Constitucional estabeleceu que “a competência relativa à definição das orientações estratégicas do ICEP-Portugal, I.P., bem como ao acompanhamento da sua execução, é exercida pelo Ministro da Economia e da Inovação em articulação com o Ministro de Estado e dos Negócios Estrangeiros”. Daqui resulta uma tutela efectiva do Ministério dos Negócios Estrangeiros em matéria relativa à diplomacia económica.

das pequenas e médias empresas portuguesas.

O NEPE tem como principais objectivos fomentar o crescimento, consolidar e alargar a actual base exportadora, aumentar a competitividade e diversificar o leque de destinos da exportação. Para o efeito, deve ser eleita ciclicamente uma lista de mercados prioritários que, no período de 2004/05, foram os seguintes:

- Mercados com vantagens demonstradas: Alemanha, Espanha, França, R. Unido, EUA, Países Baixos, Itália, Brasil, Angola, Cabo Verde e Moçambique;
- Mercados com vantagens potenciais: Canadá, Hong Kong, China e México;
- Outros mercados: Polónia, Hungria e R. Checa, Magrebe e outros países árabes a seleccionar.

Conforme pode ser constatado pelo quadro seguinte, os mercados com vantagens demonstradas cobrem a grande maioria dos nossos principais parceiros comerciais, tendo representado, em 2004, cerca de 83,9% das exportações portuguesas e 75,7% das importações do país. Neste contexto, o destaque cabe à Espanha, que actualmente é, de longe, o nosso principal parceiro comercial, quer em termos das exportações, quer das importações portuguesas. São também os mercados com vantagens demonstradas que predominam enquanto destino do investimento estrangeiro de Portugal no exterior, embora o seu peso seja substancialmente mais reduzido (58,7%, em 2004).

Para além disso, todos os anos será seleccionado um mercado alvo. Em 2004, muito naturalmente, tendo em conta que é responsável por cerca de 1/5 das nossas exportações, o alvo foi a Espanha, e em 2005, os EUA.

Refira-se aliás que um dos aspectos em que as instituições envolvidas na promoção externa do país mais têm estado empenhadas é precisamente a área da internacionalização das empresas portuguesas. Desde programas de âmbito global, como o Fundo para a Internacionalização das empresas Portuguesas (FIEP), até outras iniciativas mais focalizadas (de que é exemplo o programa Dínamo, vocacionado para a dinamização dos sectores têxtil, vestuário e calçado), passando pela rede de conselheiros para a internacionalização da economia portuguesa e pela criação de centros de apoio às empresas, de tudo um pouco tem sido implementado com esse objectivo prioritário de fomento da internacionalização (ver anexo 17, pág. 127).

O investimento estrangeiro

Uma das formas da Nova Diplomacia Económica abordar o tema do investimento estrangeiro, em particular do Investimento Directo Estrangeiro (IDE) centra-se

numa análise similar à desenvolvida no comércio internacional, isto é, partir da classificação dos mercados em função do seu grau de prioridade, repartindo-os, por exemplo, em mercados com vantagens demonstradas e restantes mercados. Os dados comprovam a inexistência de comportamentos muito diferenciados do investidor português na abordagem dos mercados externos. A título meramente exemplificativo, os dados disponíveis até Novembro de 2005 permitem concluir que, nesse ano, o IDE com destino aos mercados com vantagens demonstradas representou cerca de 42% do total do investimento português no exterior. No ano anterior, esse investimento tinha representado cerca de 2 700 milhões de euros, isto é, 54% do total. Todavia, em 2003, houve um real desinvestimento nos mercados com vantagens demonstradas, compensado por fluxos muito assinaláveis de investimento português noutras áreas do globo.

No entanto, sobretudo nos últimos anos, parece desenhar-se uma tendência para a concentração do esforço de investimento externo das empresas portuguesas em dois mercados prioritários: a Espanha e a Holanda (ver anexo 18, pág. 129).

Uma análise mais alargada evidencia ainda uma trajectória clara de diminuição do investimento português no exterior: dos cerca de 8 800 milhões de euros de investimento líquido, em 2000, passou-se para um montante de 4 975 milhões, em 2004, com a particularidade de, em 2002, o investimento líquido se ter quedado pelos 164 milhões de euros. Os dados disponíveis para 2005 (até Novembro) permitem antever uma nova diminuição do investimento directo de Portugal no exterior (ver anexo 19, pág. 130).

Todavia, a estratégia actual do país em matéria de investimento estrangeiro está claramente mais centrada na captação de investimento estrangeiro para Portugal, como forma, designadamente, de fomentar o emprego e incentivar o reforço do (paupérrimo) crescimento económico. Dito de outra forma, o investimento estrangeiro é, não só em Portugal, uma das questões inultrapassáveis na temática da diplomacia económica, significando, mais especificamente, que a rede diplomática deve ser dotada da capacidade de servir de suporte a medidas de promoção da imagem do país para o investidor internacional.

Pois bem, o que nos mostram as estatísticas recentes do IDE em Portugal? Desde logo que, após os anos de 2000 e 2001, em que se ultrapassou a fasquia dos 7000 milhões de euros em investimentos de não residentes em Portugal, se tem vindo a assistir a uma tendência de abrandamento dos fluxos rumo ao nosso país, com a excepção do ano de 2003, em que o IDE atingiu cerca de 5 800 milhões de euros.

Este abrandamento pode ser parcialmente explicado pelo clima algo deprimido da con-

juntura económica europeia nos últimos anos, o que limita substancialmente o maior mercado de origem do investimento estrangeiro para Portugal. Aliás, as estatísticas internacionais demonstram que, globalmente, os fluxos de investimento estrangeiro diminuíram, entre 2001 e 2004, cerca de 21,5%. No entanto, é de registar que, nesse mesmo período, a diminuição dos fluxos de IDE rumo a Portugal se situou na ordem dos 87%! Mesmo que se pretenda excluir os anos de 2000 e 2001, que conforme foi referido correspondem a um período de anormal vigor do investimento estrangeiro em Portugal, verifica-se que, entre 1996 e 2004, o IDE diminuiu cerca de 13%, quando em termos internacionais se assistiu a um acréscimo na ordem dos 65% – segundo dados recentes da UNCTAD, os fluxos de IDE passaram de 392,9 mil milhões de dólares, em 1996, para 648,1 mil milhões, em 2004 (ver anexo 20, pág. 131).

Independentemente dos comentários/reflexões anteriores, é justo reconhecer que a área do investimento estrangeiro é certamente das áreas de intervenção da diplomacia económica mais complexas. Na verdade, ela envolve, para além das tradicionais questões relacionadas com os custos relativos dos factores de produção (designadamente trabalho, capital e tecnologias), um conjunto de determinantes de cariz essencialmente organizacional, que vão desde o funcionamento do mercado de trabalho à legislação fiscal, passando pela rede de infra-estruturas de transporte e comunicação do país e pela organização do sistema jurídico e político, entre muitos outros factores.

Pois bem, interessaria saber qual a percepção que os não residentes têm actualmente sobre o grau de facilidade com que se pode hoje estabelecer, desenvolver e, se necessário, encerrar uma empresa em Portugal.

Ora, o Banco Mundial promove anualmente um estudo muito interessante a propósito da temática das condições internacionais que os países oferecem ao investimento estrangeiro, designado *Doing Business*. Para sete áreas específicas, isto é, a flexibilidade no início de uma actividade empresarial, a rigidez da legislação laboral, os procedimentos no registo da propriedade, o mercado do crédito, o índice de protecção dos investidores, a eficácia dos contratos estabelecidos e a flexibilidade no encerramento da empresa, estabelece-se um conjunto muito vasto de variáveis, que vão desde o número de procedimentos necessários para iniciar a actividade, até índices complexos de determinação do poder dos tribunais em caso de falência da empresa, passando por índices de profundidade na cobertura pública do mercado do crédito.

Em traços muito gerais, e analisando comparativamente os EUA, União Europeia e Portugal, conclui-se que, em geral, o investidor internacional encontra condições

substancialmente mais favoráveis nos EUA, designadamente a nível da maior flexibilidade na criação da empresa, da legislação laboral, do processo de registo da propriedade, da obtenção de crédito, da protecção do investidor⁴⁵ e da prática contratual. Já quanto à flexibilidade no encerramento eventual da empresa os dados são mais contraditórios, sendo, por exemplo, mais moroso o processo de falência de uma empresa nos EUA do que na área do euro ou mesmo em Portugal.

Quando se confrontam estes indicadores em Portugal e na União Europeia as indicações apontam, em regra, para uma menor atractividade do nosso país para o investimento internacional. As excepções são poucas: o capital social mínimo (em função do rendimento *per capita*) necessário para iniciar uma actividade empresarial em Portugal é menor do que na União Europeia, o tempo necessário para que um contrato produza efeitos é também menor e, finalmente, o custo financeiro de encerramento da empresa (em função do valor da propriedade) é inferior à média da União.

Em tudo o resto Portugal apresenta desvantagens competitivas de relevo face aos seus congéneres da U.E., sendo particularmente expressiva a situação a nível da legislação do mercado de trabalho, em que a nossa rigidez em confronto com os países europeus (e não só) é evidente (ver anexo 21, pág. 132).

O gráfico seguinte (ver anexo 22, pág. 134) analisa comparativamente a legislação laboral em Portugal e nalguns dos novos membros da União Europeia, isto é, a Polónia, Hungria e República Checa. Os resultados são particularmente conclusivos quanto à maior rigidez do mercado de trabalho em Portugal, tanto a nível da flexibilidade na contratação e despedimento de trabalhadores, como na legislação do emprego. As únicas áreas em que nos encontramos relativamente próximos de alguns destes países são as condições de emprego (regulamentação dos horários de trabalho, períodos de férias e salários mínimos) e a flexibilidade na contratação. No primeiro indicador, Portugal e Hungria surgem com um nível de 80⁴⁶, muito acima de países absolutamente “insuspeitos” em matéria de modelo social europeu, como a Dinamarca (em que o citado indicador atinge 40), Suécia ou Finlândia (*idem* 60). Por outro lado, a República Checa apresenta uma menor flexibilidade na contratação do que Portugal.

⁴⁵ Os gráficos e quadros apresentados não relevam a informação sobre o índice de protecção do investidor, que varia entre 0 e 7, atingido nos EUA, em 2005, o valor máximo, quando em Portugal era de 5 e a média da UE-25 rondava os 5,1.

⁴⁶ Numa escala de 0 a 100, em que os valores mais elevados indicam menor flexibilidade das condições de emprego, i.e., maior regulamentação a nível do horário de trabalho, período de férias e salário mínimo.

O papel do turismo

O turismo merece naturalmente uma palavra à parte em todo este contexto da diplomacia económica, face ao que representa para o país os 7,8 mil milhões de dólares de receitas anuais (dados de 2004 do *World Tourism Organization*), que nos colocam na 21.^a posição no *ranking* mundial dos receptores de turismo.

Independentemente do indiscutível *know how* de que o país dispõe nesta área, da grande qualidade de parte da nossa oferta turística e das metodologias escolhidas, ou que o venham a ser, para a promoção da imagem turística do país (tema aliás muito sensível, estando ainda por saber se a nomeação de alguns grandes vultos do desporto português como embaixadores itinerantes não traria um contributo para o país mais valioso do que muitas campanhas de *marketing* que têm vindo a ser implementadas), parece-nos que é de todo conveniente uma cuidadosa escolha dos mercados preferenciais.

Para isso, vale a pena analisar a evolução recente dos fluxos turísticos a nível internacional. Deste modo, verifica-se que um restrito grupo de 5 países (Alemanha, EUA, Reino Unido, Japão e França) é responsável por 42% da despesa turística mundial (dados de 2004). Neste grupo encontram-se claramente os principais mercados de origem do turismo português (a que se junta naturalmente a Espanha) e, portanto, parece aceitável que boa parte do orçamento de promoção da imagem turística de Portugal se destine a estes mercados. É de referir que, em 2004, o ICEP utilizou 27,6 milhões de euros na promoção do turismo português e cerca de 1/3 desta verba destinou-se aos cinco mercados referidos.

Esta análise é, todavia, demasiado imediata e simplista, na medida em que não permite identificar quais os países/zonas do mundo em que, nos últimos anos, se tem vindo a registar um maior crescimento da despesa turística. Ora, no período de 2000/04, destacam-se manifestamente países europeus como a Espanha, Noruega, França e Reino Unido, cujas taxas médias de crescimento anuais da despesa se situaram próximo ou acima dos 10%. Trata-se de mercados decisivos para o sector turístico português mas que apresentam algumas limitações de crescimento a longo prazo, dado que representam um universo populacional, à escala mundial, algo limitado e, sobretudo, estão num patamar de desenvolvimento que torna muito pouco provável a manutenção de ritmos de crescimento da despesa significativos nos próximos anos ou décadas.

Por tudo isto, a janela de oportunidade para o turismo mundial parece abrir-se mais a Leste, concretamente na República Popular da China e na Rússia, por vários moti-

vos. Desde logo, trata-se de países que durante longas décadas estiveram “fechados” ao contacto com a generalidade das nações, e que, sobretudo no caso da China, começam a dar agora passos no sentido de uma maior integração no sistema económico mundial. Por outro lado, ambas as economias estão em claro crescimento, o que se tem aliás reflectido no ritmo anual de acréscimo das respectivas despesas em turismo.

Um olhar estatístico rápido sobre a despesa turística *per capita* da Rússia e da China dá-nos uma imagem clara sobre o potencial turístico destes dois mercados: cada cidadão russo gastou, em 2004, cerca de 109 dólares dos EUA (USD), ou seja, apenas 13% do que gastou um alemão, 49% da despesa dos norte-americanos e apenas 6% do que foi gasto pelos noruegueses. Bastará que cada cidadão russo passe a efectuar pouco mais de metade da despesa de um alemão para a Rússia passar a ocupar a primeira posição no *ranking* mundial da despesa turística.

O caso da China é ainda mais expressivo: é já o 7.º país no *ranking* mundial das despesas turísticas, que cresceram desde 1990 a uma taxa média anual de 30,3% e, no entanto, cada cidadão chinês dispensa apenas 15 dólares anuais! Isto significa que bastará a despesa *per capita* atingir, por exemplo, os montantes anteriormente citados para a Rússia, para a China rapidamente vir a ocupar a primeira posição no *ranking* mundial, com uma despesa turística, em montante, idêntica ao somatório da Alemanha e dos EUA!

Não faltarão certamente argumentos contrários, designadamente de que o tipo de serviço que Portugal melhor pode oferecer (sol e praia) não se adequa necessariamente a estes mercados. Muito bem, é precisamente por isso que conviria perceber em pormenor que tipo de oferta turística irá ser procurada por todo este universo potencial e o que pode Portugal fazer para a satisfazer!

3. ALGUMAS COMPARAÇÕES E CONCLUSÕES

Perante o actual enquadramento socioeconómico, tendo em conta o avanço aparentemente inexorável da globalização e as crescentes limitações de ordem financeira que a evolução económica vem impondo ao país (e, em geral, à União Europeia), parecem-nos inevitáveis três conclusões imediatas, independentemente de algumas especificidades que se venham a implementar no modelo de promoção da imagem externa de Portugal.

Em primeiro lugar, julgamos que talvez fosse prudente uma reflexão prévia, mas tão rápida quanto a situação actual o exige, quando às linhas mestras da diplomacia econó-

mica em Portugal. O Governo e os agentes económicos em geral não devem ter rodeios em aceitar decisões que possam marcar roturas no enquadramento actual, designadamente no que diz respeito ao ordenamento das nossas missões diplomáticas ou à definição de mercados prioritários. Por exemplo, valerá a pena ter uma embaixada na Tailândia? Do ponto de vista da diplomacia económica, talvez não seja necessário. Estará bem organizada a lista dos mercados prioritários? Ou será que, ao invés, o país deveria identificar um mercado prioritário (claramente a Espanha), mais seis mercados secundários (Alemanha, Reino Unido, EUA, China, Brasil e PALOP) que garantiriam o acesso a outros mercados mais periféricos e onde se deveriam concentrar maioritariamente os esforços, em matéria de recursos humanos e financeiros?

Em segundo lugar, julgamos que Portugal deve abandonar rapidamente o modelo de “competição” em matéria de *economic work* em que se encontra actualmente, com o Ministério dos Negócios Estrangeiros e o Ministério da Economia e da Inovação mais ou menos embrenhados numa teia de definição de responsabilidades em que ninguém aparentemente se entende (e em que a máquina diplomática acaba por ser subaproveitada enquanto elemento central na projecção da imagem externa do país). Deriva daqui que o país deve caminhar rapidamente para um modelo integrado das funções tradicionais dos Negócios Estrangeiros com as vertentes do comércio externo, investimento estrangeiro e, eventualmente, turismo⁴⁷.

Não estando certos de que seja possível nas próximas décadas implementar o sistema da completa unificação dos Negócios Estrangeiros/comércio externo⁴⁸, que aliás nos pareceria desejável, parece-nos avisado que um país com a dimensão de Portugal, sendo uma pequena economia aberta, com dificuldades financeiras expressivas e sem um peso político considerável à escala mundial, deva aproveitar a sua rede diplomática para promover eficazmente as actividades referidas. Ora isso dificilmente se conseguirá no actual modelo, em que a não integração completa das vertentes diplomática e económica conduz à difusão de esforços, ao enfraquecimento político da componente económica e ao desperdício na utilização de recursos, como o comprovam os casos recentes de países como a Tailândia ou mesmo a

⁴⁷ O que está em jogo é, afinal, o alargamento do próprio conceito de diplomacia económica à vertente comercial ou, por outras palavras, a capacidade da rede diplomática em intervir igualmente a nível da representação comercial do país no exterior.

⁴⁸ Adoptado por cerca de 15 países, entre os quais a Austrália, Canadá e Suécia. É curioso que este modelo foi essencialmente escolhido pelos Estados em que a componente externa é especialmente importante para as respectivas economias.

Índia⁴⁹. É também neste contexto que entendemos, e aplaudimos, algumas das medidas recentemente anunciadas pelo governo português, designadamente a constituição da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP), resultante da fusão entre o ICEP e a API. Trata-se de uma decisão no sentido da centralização do sistema de apoio ao comércio e à internacionalização das empresas portuguesas, que se deseja possa vir a ter ainda um maior alcance e desenvolvimento, designadamente se o caminho for para uma integração desta nova estrutura com a rede diplomática (o que não é, neste momento, seguro que venha a ocorrer).

Em terceiro lugar, a realidade competitiva em que nos encontramos actualmente, aliada à difícil situação económica e financeira do país, torna claro que a rede diplomática deve ser posta, sem hesitações, ao serviço dos interesses de natureza económica do país. Ora, para que isso ocorra, seria necessário, para além de outras medidas de inegável mérito já tomadas (por exemplo, a nível da criação dos conselheiros para a internacionalização), dotar as embaixadas de mais recursos humanos qualificados na área económica e financeira. Por exemplo, os serviços diplomáticos alemães atraem actualmente mais economistas do que propriamente licenciados em direito. Aliás, não seria talvez descabido olhar com alguma atenção para o modelo diplomático do Foreign Office britânico, em que o “número três” das respectivas embaixadas no exterior é regra geral um indivíduo com sólida formação na área económico-financeira.

Neste contexto, a eventual extinção da rede de conselheiros pelo MNE só pode ser entendida se estiver provada a absoluta ineficácia destes conselheiros face aos custos que representam. Mais do que pura e simplesmente extinguir a rede de conselheiros, seria porventura interessante proceder a uma análise benefício/custo clarificadora da situação actual.

Finalmente, as instituições envolvidas em todo este processo devem entender que não há mais lugar para uma acção voluntariosa mas descoordenada dos organismos públicos que desenvolvem a sua actividade na área da diplomacia económica. De uma vez por todas, embaixadores e delegados do ICEP, ministros da Economia e dos Negócios Estrangeiros têm de se entender e implementar as linhas mestras de uma diplomacia económica efectiva e com objectivos claramente traçados.

⁴⁹ Trata-se claramente de uma decisão política, que aliás foi tomada há alguns anos, no exercício de funções de Martins da Cruz, mas que não parece ainda completamente interiorizada, mesmo ao nível dos organismos de maior responsabilidade. Por exemplo, muitos continuam a defender que os delegados do ICEP no exterior “voltem” a reportar directamente ao ICEP/Lisboa, não descortinando vantagens na sua dependência dos embaixadores.

Conforme se pôde constatar ao longo das páginas deste estudo, o modelo português de diplomacia económica e promoção externa adoptado nos primeiros anos do novo século configurou, em vários sentidos, uma mini-revolução na estruturação e na lógica de funcionamento dos organismos de promoção externa do país, desde as entidades públicas, até ao próprio tecido empresarial.

Para além disso, o novo modelo exigiu que se alargassem os mecanismos de colaboração daqueles organismos com a vasta rede diplomática do país, quer a nível das embaixadas e dos consulados, quer ainda com os conselheiros económico-sociais ou os cônsules honorários.

Muito foi feito, muito mais se poderia ter feito, certamente mais será ainda realizado. Esta é uma exigência do mundo globalizado em que vivemos e que, de forma aparentemente irreversível nas próximas décadas, tenderá a ver rodar o centro económico e financeiro do eixo Atlântico (Europa/América do Norte) para uma Ásia em que a República Popular da China, a Índia e, eventualmente, um “renascido” Japão tenderão a dominar o mundo da economia e das finanças internacionais.

Neste contexto, algumas das nossas conclusões, mesmo que não sejam consideradas demasiado pessimistas, correm o risco de parecerem algo “corrosivas” em relação aos desenvolvimentos políticos e económicos em matéria de promoção externa do país.

Ora, em bom rigor, o problema é outro. Independentemente de continuarmos a considerar que o modelo idealizado no tempo do embaixador Martins da Cruz, sobretudo após os aprofundamentos registados entretanto, é uma estratégia adequada para relançar Portugal no mundo, e de também estarmos convencidos que a sua implementação global continua intoleravelmente adiada, é bom ter em conta que esta temática da diplomacia económica, além de “jovem” e, como tal, numa fase de crescente evolução científica, tem suscitado forte debate noutros países.

Trata-se de países que, à semelhança de Portugal, sentem que devem transformar/modernizar a sua dimensão diplomática, muitas vezes em busca, ainda como Portugal, de um papel no mundo que já tiveram e que, entretanto, se perdeu. Um exemplo bem elucidativo é a nossa vizinha Espanha, que se propôs desenvolver até ao final da actual legislatura uma “reforma integral do serviço exterior do Estado”, com o objectivo de alcançar uma coordenação e planificação estratégicas no campo diplomático e económico a nível das representações externas do país.

São aliás curiosas algumas das posições expressas pelo *Club de Exportadores e Inversores* espanhol, designadamente a propósito da rede diplomática: “A actual unificação de embaixadas e consulados responde a prioridades políticas e geoestratégicas que

foram superadas pela evolução dos interesses actuais de Espanha” ou ainda “muitos consulados, que respondiam a necessidades da população emigrante espanhola, podiam ser substituídos por novas embaixadas em países emergentes ou novos países da Europa de Leste”.

Também em França se desenvolveu nos últimos anos um amplo, e em muitos aspectos estéril, debate em torno desta temática, que aliás foi muito bem aproveitado pelos nossos pragmáticos vizinhos ibéricos para evitar cometer os mesmos erros.

Em Itália, o actual Ministro dos Negócios Estrangeiros tem desenvolvido um conjunto alargado de iniciativas que passam, tal como foi referenciado no modelo de diplomacia económica de Portugal, pela integração da dimensão económica nos pilares da política externa italiana.

Conclui-se, portanto, que o debate em torno da estrutura de promoção externa dos países é alargado e, provavelmente, está agora a dar os primeiros passos num grupo muito alargado de países.

Para um país com a dimensão de Portugal, sobretudo nas actuais circunstâncias em que a crise económica persistente e a descrença parecem ter-se instalado no país, a opção só poderá ser uma: conseguir chegar primeiro que a maior parte dos nossos concorrentes, o que significa adoptar, tão rápido quanto possível, as alterações que o século XXI torna necessárias. Até porque, é bom não esquecer, outros, de que o Reino Unido é certamente um dos melhores exemplos, há muito entenderam de que forma se deve utilizar eficazmente uma poderosa rede diplomática no apoio às empresas nacionais.

Parte IV – Análise comercial internacional e estratégias para a rede de diplomacia económica portuguesa

Tem-se tornado dominante em Portugal a ideia de que o desenvolvimento sustentado do país exige novas estratégias e dinâmicas exportadoras, que obrigam a uma complementaridade de esforços que incluem agentes, empresas e Estado. Este, designadamente através da política económica e das suas instituições de carácter diplomático, tem um importante papel que não pode ser subestimado, sobretudo num país de frágil tradição exportadora.

Este capítulo tem como objectivo estabelecer a articulação da rede de diplomacia económica portuguesa com os principais focos importadores em termos mundiais. Dessa articulação espera-se poder identificar estratégias fundamentadas em critérios mensuráveis de natureza económica e comercial para o futuro da rede de diplomacia económica portuguesa. Entende-se rede de diplomacia económica portuguesa como a articulação das suas componentes mais importantes, nomeadamente os serviços diplomáticos tradicionais, o Instituto do Comércio Externo Português (ICEP) e a Agência Portuguesa de Investimento (API).

Existem outros objectivos que serão prosseguidos ao longo do capítulo e que são considerados instrumentais do objectivo supracitado. O primeiro passa pela identificação dos países que na década de 1993-2003 demonstraram um maior dinamismo importador. O segundo diz respeito à identificação dos produtos que no âmbito dos países identificados mais contribuíram para esse dinamismo. O terceiro trata de sobrepor a estrutura das exportações portuguesas com os países e os produtos identificados. Poderá a estrutura de exportações portuguesa responder às estruturas de importação mais dinâmicas? Finalmente, pretende-se relacionar os resulta-

dos aí obtidos com a rede de diplomacia económica portuguesa.

A metodologia utilizada passa por uma análise profunda e sistemática da evolução dos pesos relativos e das posições relativas das importações de 81 países e de 71 produtos segundo a desagregação da base de dados CHELEM⁵⁰.

A perspectiva adoptada exige uma nota complementar. Com efeito, para além de nos situarmos exclusivamente do ponto de vista dos potenciais clientes da economia portuguesa, a análise incide sobretudo na apreciação das dinâmicas importadoras, podendo tender a subvalorizar a importância dos mercados importadores de produtos portugueses já bem estabelecidos, designadamente da Europa comunitária. Neste sentido, o nosso estudo não se apresenta fundamentalmente como uma análise de situação dos mercados importadores de produtos portugueses mas antes uma tentativa de explicitar sinais, tanto das alterações em curso no perfil das importações mundiais como nas alterações do perfil das importações dos produtos portugueses.

São esses sinais de mudança mais do que uma análise estrutural que se pretende fazer transparecer e que se nos revela particularmente útil em relação a possíveis alterações da nossa rede de diplomacia económica.

1. IDENTIFICAÇÃO DOS PAÍSES COM MAIOR DINAMISMO IMPORTADOR NA DÉCADA 1993 – 2003

Na identificação dos países com maior dinamismo importador tomou-se como critério de escolha aqueles que, por um lado, subiram posições na hierarquia importadora mundial e, simultaneamente, aumentaram o seu peso relativo no valor das importações. Haverá países nas margens (países que embora reduzindo a posição aumentem de peso relativo e países que subindo posições na hierarquia desçam o seu peso relativo), mas esse é um dos riscos que se corre quando se define um critério mensurável. Contudo, face ao conjunto, são valores residuais como se pode observar pela figura seguinte (primeiro e terceiro quadrante).

Com os dados disponíveis, começou por se analisar a evolução relativa das posições dos países enquanto importadores (em número) e do seu peso relativo face ao total das importações (em percentagem) (ver anexo 23, pág. 135).

A figura permite identificar claramente dois tipos de países. Países, situados no quarto quadrante, com elevado dinamismo importador (evolução positiva na posição enquanto

⁵⁰ Todos os dados estatísticos utilizados foram obtidos com o apoio do Departamento de Prospectiva e Planeamento.

país importador e evolução também positiva do peso relativo das suas importações) e países, situados no segundo quadrante, com perda de dinamismo importador. Os países que apresentam maior dinamismo importador, situados no quarto quadrante, estão identificados no Quadro 1⁵¹. Os valores do quadro estão ordenados pela posição importadora do país em 2003.

Confirma-se a posição ocupada de países como os EUA ou a Espanha e a evolução da China e da Índia. Por outro lado, a generalidade dos países aderentes à UE em 2004 apresentam evoluções bastante significativas assim como algumas regiões da Ásia, nomeadamente a Indochina.

Com efeito, a Indochina, embora algum efeito de agregação possa ter contribuído para este resultado, destaca-se à frente de um grupo de países da Europa Central que incluem a República Checa, Roménia, Estónia, Polónia e Hungria e ainda a Índia e a Estónia. O grupo seguinte, que ganha 6 posições no *ranking* das importações, inclui a Lituânia, China, Bielorrússia e Irlanda, terminando na Bósnia--Herzegovina e a Ucrânia com 5 e 4 posições respectivamente. Assim, resulta evidente que neste período a dinâmica importadora mais vigorosa se encontra na Europa Central e de Leste e na Ásia continental do sul e sudeste. Com efeito, só no grupo seguinte surgem os primeiros países de outras regiões, designadamente a Nova Zelândia e a Nigéria. Qualquer destes dois países, mesmo saltando três lugares, ganha um peso relativo modesto, mas o México regista ganhos mais substanciais e tem outra importância no *ranking* geral dos países importadores, situando-se em 14º lugar.

É preciso notar que o facto de sublinharmos nesta análise o movimento dinâmico das importações não significa que ao desenhar estratégias em concreto se possa subestimar a importância da posição e o peso absoluto da importação dos diferentes países mesmo se apresentam uma menor dinâmica neste período. Os EUA representando quase 1/6 das importações mundiais são seguidos pela Alemanha, Inglaterra e França, embora percam algumas posições. Registe-se, também, o quinto lugar ocupado pela China em 2003.

2. IDENTIFICAÇÃO DOS PRODUTOS COM MAIOR DINAMISMO NA DÉCADA 1993 – 2003

Este subcapítulo reveste-se de complexidade adicional. O facto de se ter decidido fazer a análise inicial identificando países obriga agora que a análise dos produtos se faça

⁵¹ Todos os quadros identificados ao longo deste capítulo encontram-se no Anexo III (pág. 147).

ao nível de cada país⁵².

O critério para identificar os produtos com maior dinamismo nas importações dos países constantes no Quadro 1 foi o mesmo do ponto 1: produtos que subiram posições na hierarquia importadora mundial e, simultaneamente, aumentaram o seu peso relativo no valor das importações.

Dada a impossibilidade de analisar, neste trabalho, todos os países identificados no quadro 1, optou-se por centrar a nossa atenção nos seguintes: EUA, Espanha, Europa Central, México, Índia e China.

Estados Unidos da América

Este país é de longe o maior importador do mundo, como se referiu, e é o 5.º maior cliente de Portugal e o primeiro situado fora da área da União Europeia. Na figura está representada a evolução das posições e do peso relativo de cada produto importado pelos EUA no período 1993-2003. No quadrante 4 representam-se os produtos dinâmicos que ganharam posição e peso nas importações dos EUA, apresentando uma maior dispersão do que o quadrante 2, onde se registam os produtos que perderam posição e importância relativa nas importações dos EUA (ver anexo 24, pág. 136).

Os produtos que se encontram no quarto quadrante merecem uma atenção especial e encontram-se listados no Quadro 2.

O quarto quadrante evidencia claramente dois grupos dos restantes. O primeiro, constituído pelos produtos farmacêuticos e cimento ganhando muitas posições e peso relativo. Os produtos farmacêuticos tornaram-se o 11º produto de importação, o que não deixa de ser interessante dada a tradicional importância desta indústria nos EUA; o cimento é igualmente de estranhar dados os custos de transporte deste produto⁵³. O segundo grupo, constituído pelo gás natural, química orgânica de base, móveis e estruturas metálicas, regista ainda um significativo ganho em posições e peso relativo.

⁵² Poder-se-ia ter optado pelo procedimento contrário. Primeiro analisar os produtos e depois os países. Embora a complexidade de análise seja similar, entendeu-se que começar a análise por produtos teria mais interesse caso se tratasse de uma perspectiva de especialização produtiva nacional que, embora seja reflectida neste trabalho, não é o objectivo principal do mesmo.

⁵³ Neste momento não foi possível apurar a origem geográfica da importação de cimento; contudo caso não se verifique a proximidade geográfica é de admitir que, também neste aspecto, os EUA estão a obter ganhos adicionais de eficácia na obtenção de economias de transporte internacional.

Em qualquer caso, é de sublinhar que os produtos mais dinâmicos no período considerado partem de posições não muito elevadas (com excepção da química orgânica que se situava em 20º lugar) na escala dos produtos de importação. Neste sentido, interessa sublinhar a importância dos aumentos registados na importação de materiais de telecomunicações, dado ter ganho 7 posições e passado para o 5.º lugar das importações dos EUA.

Espanha

Trata-se de um país que reforçou significativamente a sua posição importadora no comércio internacional, tendo-se ainda afirmado como o principal cliente de Portugal, o que justifica um olhar mais atento sobre a estrutura da sua procura ao exterior.

Na figura seguinte está representada a evolução das posições e do peso relativo de cada produto importado pela Espanha no período 1993-2003. No 4º quadrante registam-se os produtos que ganharam posições e peso nas importações espanholas, no segundo os que perderam posições e peso (ver anexo 25, pág. 137).

O quarto quadrante revela-nos os produtos especialmente dinâmicos das importações espanholas, sintomático da forte dispersão aí evidenciada quando comparada com a dos produtos do quadrante 2. Os produtos que evidenciaram uma dinâmica de crescimento encontram-se listados no Quadro 3 que se apresenta em anexo.

Sublinhe-se em particular os dois grupos que se destacam visivelmente no 4.º quadrante.

O primeiro, constituído pelos veículos comerciais, navios, tabacos manufacturados e gás natural, e o segundo, constituído pelos materiais de construção, móveis, produtos florestais, produtos farmacêuticos e equipamentos de telecomunicações.

Como é natural, os produtos que registam uma maior progressão são, em geral, produtos de menor peso, embora os produtos farmacêuticos e os artigos em plástico já ocupem respectivamente a 5ª e 6ª posição nas importações espanholas.

Europa Central

A figura representa a evolução das posições e do peso relativo de cada produto importado pela Europa Central (Bulgária, República Checa, Eslováquia, Hungria, Polónia, Roménia e Albânia) no período 1993-2003, observando-se no 4º quadrante os produtos que ganharam posições e peso relativo nas importações desta área que registou no período uma fortíssima dinâmica importadora (ver anexo 26, pág. 138).

A dispersão é maior nos produtos que ganham posições na importação do que entre os

produtos que perdem terreno, existindo alguns produtos de dinâmicas extremas, tanto no primeiro caso como no segundo. É o caso, visível no quarto quadrante, das componentes electrónicas.

O quadro 4 do anexo III apresenta a listagem dos produtos que se encontram no 4.º quadrante e que nos merecem uma atenção acrescida.

Como se referiu, o quarto quadrante mostra as componentes electrónicas em lugar de destaque, com uma progressão absolutamente extraordinária, passando para o 15.º lugar do *ranking* dos produtos importados. Um segundo grupo, constituído pelo equipamento eléctrico, artigos florestais, componentes para veículos, vidro e electrónica de grande público revelam igualmente uma grande dinâmica, ganhando posições e peso, com destaque para as componentes para veículos que, para além disso, passam a ocupar o sexto lugar no conjunto dos produtos importados. Um terceiro grupo, que ganha 10 posições, é constituído pelo equipamento de telecomunicações, artigos em borracha e equipamento para a agricultura. Neste conjunto importa destacar as componentes de telecomunicações que passaram a ocupar o 10.º lugar no *ranking* das importações desta zona. Entre os seguintes refira-se ainda o grupo dos fornecimentos eléctricos, que ganhou 6 posições e passou para 1.º lugar, os artigos em plástico, (5 posições) que passou para 3.º e os motores (5 posições) que passaram para o quarto lugar.

Note-se que os 4 principais produtos de importação revelaram uma dinâmica apreciável no período considerado, sendo provavelmente um sinal das grandes transformações económicas e sociais em desenvolvimento nestes países. Saliente-se, ainda, o facto de as primeiras sete posições do quadro 3 serem ocupadas por seis produtos da “mesma fileira” produtiva. Esta constatação sugere que as estratégias a desenvolver devem fundamentar-se metodologicamente numa perspectiva de *clusters*, quer de produção nacional quer de promoção externa.

Índia

Como vimos, a Índia regista uma importante dinâmica importadora, embora deva notar-se que esta faz-se partindo de uma base extremamente reduzida em relação à sua dimensão económica e sobretudo humana. Na próxima figura está representada a evolução das posições e do peso relativo de cada produto importado pela Índia no período 1993-2003 e, na seguinte, exclui-se o ouro não monetário que, pelo seu carácter extremo, dificultaria a observação dos restantes produtos (ver anexo 27, pág. 139).

Como se pode observar, a dispersão dos produtos que mostram uma maior dinâmica importadora registados no 4.º quadrante é muito superior à dos que perdem em posição e peso e que se encontram representados no segundo quadrante.

Importa, também, analisar os produtos que se encontram no quarto quadrante apresentados no quadro 5, em anexo.

A dispersão do 4.º quadrante é notável, a sublinhar uma forte dinâmica importadora de alguns produtos. Um produto destaca-se de forma absoluta: o ouro não monetário. Este produto passou para o 4.º lugar do *ranking* das importações, ganhando 57 posições e multiplicando por 80 o seu peso relativo. Trata-se de uma situação que não encontra paralelo em nenhuma das análises anteriormente efectuadas.

Em segundo lugar, encontramos as importações de matérias gordas, que vence 35 posições, passando para o quarto produto de importação. Segue-se um pequeno grupo constituído pelo equipamento de telecomunicações e material informático, que regista ainda uma notável dinâmica vencendo, 25 e 21 lugares, respectivamente.

De notar assim que os quatro produtos que registaram um maior ganho na posição e peso são produtos muito significativos, encontrando-se entre os 8 mais importantes produtos de importação do país.

O grupo seguinte de produtos são o gás natural, o coque, artigos manufacturados e electrodomésticos de grande público, embora sejam menos representativos, situados portanto num *ranking* inferior em relação aos quatro primeiros. Tintas, móveis e açúcar vêm à cabeça de um vasto pelotão ainda muito dinâmico nas importações deste país.

A dinâmica importadora da Índia é reveladora de um enorme processo de transformação por que passa a economia deste gigante.

China

A China apresenta, como se referiu, uma dinâmica importadora notável, situando-se em 2003 em quinto lugar do *ranking* mundial, sendo previsível a ultrapassagem rápida do Reino Unido e da França. Na figura está representada a evolução das posições e do peso relativo de cada produto importado pela China no período 1993-2003. A dispersão dos produtos com maior dinâmica importadora é visivelmente maior do que a dos produtos com diminuição do seu ritmo e peso apresentadas no segundo quadrante (ver anexo 28, pág. 140).

A elevada dispersão do 4.º quadrante é indiciadora de uma forte dinâmica importadora

por parte da China, apresentando-se os produtos ali representados no Quadro 6 que se segue.

Para além dos produtos agrícolas que ocuparam um lugar destacado na dinâmica importadora chinesa, as componentes electrónicas, o gás natural e os aparelhos de óptica constituem os outros tipos de produtos que ganharam mais de 20 posições nas importações e viram o seu peso relativo aumentar de forma muito elevada no período considerado. De sublinhar o caso das componentes electrónicas, que não só ganhou 27 posições, como se tornou o mais importante produto de importação do país.

Os minerais não transformados, material informático e minerais não ferrosos formam o segundo grupo com um elevado ganho em posições e no peso relativo, sendo de destacar o material informático que, ao ganhar treze posições, ascendeu ao segundo lugar no *ranking* das importações do país.

Seguem-se à frente do pelotão dos produtos que viram aumentar a sua importância nas importações: as jóias, química de base, matérias gordas, artigos de borracha, etc. Observe-se ainda o facto de entre os seis produtos mais dinâmicos se encontrarem os dois mais importantes produtos das importações chinesas: os componentes electrónicas e o material informático.

México

O México é o único país da América Latina que apresentou uma dinâmica importadora positiva no período considerado, assumindo já uma posição significativa no comércio internacional (14º lugar). Na figura está representada a evolução das posições e do peso relativo de cada produto importado pelo México no período 1993-2003, sendo visível a mais elevada dispersão dos produtos que têm vindo a ganhar posições e peso nas importações do país (ver anexo 29, pág. 141).

Os produtos representados no quarto quadrante encontram-se listados no Quadro 7 em anexo.

O crescimento das importações de automóveis particulares constitui o primeiro grande facto na dinâmica importadora do México, vencendo 32 posições, multiplicando por 6 o seu peso e cotando-se como o oitavo produto de importação. Os veículos comerciais ocupam o segundo lugar, embora com ganhos, posição e peso mais modestos, seguindo-se de muito perto os produtos farmacêuticos.

As conservas de vegetais e os minerais não ferrosos, vencendo 11 posições, aparecem à cabeça de um conjunto de produtos de dinâmica ainda elevada, que integram o vestuário, produtos de cereais e produtos de higiene.

3. ESTRUTURA DAS EXPORTAÇÕES PORTUGUESAS NA DÉCADA 1993-2003⁵⁴

A figura seguinte representa os países que no horizonte temporal considerado apresentaram maior dinamismo em absorver as exportações portuguesas. Também aqui, no quarto quadrante temos os países que, simultaneamente, subiram posições na hierarquia de consumo de importações e aumentaram o seu peso relativo.

A elevada dispersão parece indiciar transformações muito importantes na estrutura exportadora nacional (ver anexo 30, pág. 142).

No quadro 8, em anexo, apresentam-se os países constantes do quarto quadrante e assinalam-se a azul aqueles que são comuns ao quadro 1 de dinâmica importadora positiva. Podem, assim, retirar-se algumas indicações sobre a sua maior ou menor correspondência.

- a) Em primeiro lugar deve notar-se que, dos 47 países que revelaram uma dinâmica importadora positiva à escala internacional, apenas 18 a revelaram igualmente em relação a Portugal.

Destes, destaca-se um primeiro grupo do Leste de Europa, designadamente a Polónia e, em menor grau, a Roménia (*hardware*, fio têxtil, têxtil lar e obras em madeira) e a República Checa, que ganharam 39, 26 e 25 posições na estrutura das exportações portuguesas, seguidos da Hungria, Lituânia (sobretudo fio têxtil) e Eslováquia (fio têxtil, peles, materiais de construção) com 19, 18 e 16 respectivamente. Geograficamente, nas vizinhanças surge um segundo grupo igualmente de 6 países que, embora em menor grau, reforçam a sua posição como importadores de produtos portugueses, ambos os grupos estendendo a Portugal a sua dinâmica importadora. Para este conjunto de países exportamos sobretudo fio têxtil, trabalhos em madeira, *hardware* variado, equipamentos eléctricos, veículos utilitários, material eléctrico, motores e automóveis particulares.

Os valores exportados para esta região não são ainda, em geral, muito elevados. No entanto, as exportações para a Polónia são relativamente diversificadas e constituídas especialmente por equipamentos eléctricos, *hardware*, veículos utilitários, fio têxtil, borracha, automóveis particulares, motores e obras em madeira, que atingem já valores com significado, equivalentes à Grécia, Irlanda ou Brasil.

⁵⁴ Como é que a estrutura exportadora se comportou nesse período para os produtos identificados nos respectivos países? Qual a articulação que é possível fazer com os resultados obtidos anteriormente? Como pista para investigações futuras, daqui também se podem retirar ilações sobre a articulação desta estrutura de exportações actual face a uma estrutura futura que não poderá deixar de ser suportada por uma estrutura produtiva interna com determinadas características humanas, técnicas e materiais.

A Hungria e a República Checa ganham algum significado, se tivermos em conta igualmente a sua dimensão.

- b) A Espanha e a UEBL ganham duas posições, passando para 1.º e 6.º importador de produtos portugueses, enquanto os EUA reforçam o seu peso, embora mantendo a sua posição no *ranking*. Naturalmente, estes países bem como os restantes países da Europa comunitária importam de Portugal uma gama muito variada de produtos. No caso dos EUA verifica-se, apesar disso, alguma concentração nas componentes electrónicas, produtos refinados de petróleo, tapetes e *hardware*. Por seu lado, a Irlanda e a Turquia (papel, química orgânica e artigos de plástico) reforçam igualmente a sua posição, embora se situem num nível inferior na estrutura das exportações portuguesas.

De entre os países que registaram uma dinâmica importadora positiva a nível global, para além dos países europeus já referidos e dos EUA, registe-se a forte dinâmica da China (componentes electrónicas, motores equipamentos eléctricos, produtos agrícolas e trabalhos em madeira) e do México (química orgânica de base, tapetes, miscelânea de *hardware* e automóveis particulares) em relação a Portugal. A China avançou 19 posições e integrou-se no grupo dos 20 maiores importadores de produtos portugueses, enquanto o México progrediu 12 lugares.

- c) Dos países que, embora não tendo registado uma dinâmica exportadora positiva a nível global, registaram uma dinâmica positiva em relação a Portugal destacam-se claramente Singapura (componentes electrónicas, material informático, equipamento eléctricos), Chile (trabalhos em madeira e veículos utilitários), Tunísia (fio têxtil, óleos, têxtil lar e artigos de plástico), Gabão (aeronáutica) e Indonésia (embora com pouco significado), que subiram entre 17 e 8 posições. A estes poderiam juntar-se a Austrália (trabalhos em madeira, fornecimentos eléctricos, *hardware* e veículos utilitários) e, sobretudo, a Itália (muito variada) pela importância que já representa nas exportações do país. Dir-se-ia que se tratam de verdadeiros casos de sucesso da actividade exportadora nacional.
- d) Dos países dinâmicos à escala global sem correspondência nas exportações portuguesas devem referir-se sobretudo dois casos: a região da Indochina, que foi das que revelou maior dinâmica à escala global, subindo 16 posições na estrutura das importação globais, e a Índia, com 9. Relativamente à Índia (máquinas e couros), as exportações portuguesas não só perderam dezasseis posições (de 36 em 1993 para 52 em 2003, representando uma perda relativa de 53,38%) como também em valor absoluto (- 3,59%).
- e) Em resumo, para além de um conjunto alargado de países da Europa Central/Leste que

registaram forte dinâmica importadora, tanto a nível global como a nível nacional, observa-se uma boa dinâmica das nossas exportações na Ásia, tanto em países que registaram uma dinâmica positiva a nível global (como a China), como ainda em países como a Singapura, Indonésia e mesmo Austrália, que, embora não dinâmicos a nível global, registaram um crescimento significativo das importações de produtos portugueses. Neste continente a excepção é a Indochina e, sobretudo, a Índia. Na América Latina registe-se os casos do México e do Chile, onde as exportações portuguesas tiveram uma dinâmica interessante e, em África, os casos da Tunísia e Gabão.

Produtos

A figura seguinte apresenta os produtos portugueses que registaram uma dinâmica exportadora positiva no quadrante 4 e negativa no quadrante 2, isto é, os que ganharam posições e peso nos mercados internacionais e os que perderam posição e peso nesses mesmo mercados. As excepções visíveis no quadrante 1 não são significativas (ver anexo 31, pág. 143).

Os dois produtos que mais se destacam correspondem ao material informático e componentes electrónicas, tornando-se o 15.º e 13.º produto de exportação, respectivamente. Segue-se um conjunto muito diversificado e alargado de produtos, como se pode observar igualmente no quadro seguinte, constituído designadamente por metais não ferrosos, tabacos manufacturados, artigos de borracha, tubos, electricidade (cujo crescimento inusitado nos levou a retirá-lo do gráfico para melhor visualização dos restantes), produtos farmacêuticos e açúcar. Produtos que, registando um elevado crescimento nas vendas para o exterior, partiam de posições relativamente modestas na estrutura exportadora nacional.

O crescimento da exportação de automóveis revela-se um caso particular. Não apenas pela dinâmica de crescimento revelado no ganho de 11 posições, e duplicando o seu peso na estrutura produtiva nacional, mas ainda pelo facto de, partindo da 12ª posição, se ter tornado, no período em análise, o primeiro produto de exportação do país. Neste sentido, o crescimento de componentes para veículos, que ganha 9 posições, passando para o 7.º produto de exportação, confirma a importância deste tipo de produtos nas exportações nacionais. O quadro 9, em anexo, apresenta o conjunto de produtos de exportação que consideramos dinâmicos, isto é ganham posições e peso na estrutura exportadora nacional.

Em termos globais, pode dizer-se que a variação do perfil exportador português corresponde bem à variação média do perfil das importações globais.

Do cruzamento dos países com maior dinamismo importador com os produtos de maior penetração nesses países obtém-se um conjunto de produtos de 1ª linha (comuns a 5 dos 6 países considerados) e de 2ª linha (comuns a 4). Encontra-se desta forma o agrupamento de produtos que os países mais importadores adquiriram entre 1993 e 2003. O resultado está ilustrado no quadro que se segue.

**Produtos de elevado dinamismo exportador
em países de elevado dinamismo importador**

Produtos	EUA	Espanha	Eur. Central	México	Índia	China	Total
Vidro (BC)	1	1	1	1		1	5
Têxtil lar (DC)	1	1		1	1	1	5
Móveis (EB)	1	1	1		1	1	5
Comps. electr. (FL)		1	1	1	1	1	5
Prod. farm. (GF)	1	1	1	1	1		5
Gás natural	1	1		1	1	1	5
Tapetes	1	1	1		1		4
Obras – madeira (EA)	1	1	1		1		4
Equip. telecom. (FN)	1	1	1		1		4
Equip. inform. (FO)			1	1	1	1	4
Equip. electr. (FQ)	1	1	1			1	4
Mat. electr. (FR)		1	1		1	1	4
Com. veíc. (FS)		1	1		1	1	4
Auto. partic. (FT)	1	1		1	1		4
Navios (FV)	1	1	1	1			4
Quim. org. base (GC)	1			1	1	1	4
Prod. higiene (GE)	1	1		1		1	4
Art. plast. (GH)	1	1	1	1			4
Art. borracha (GJ)			1	1	1	1	4
Min. n. fer. (HB)		1		1	1	1	4
Petróleo bruto (IB)	1			1	1	1	4

Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Em primeiro lugar, Portugal consegue ter cerca de 66,6% de produtos de 1.ª linha e 46,7% de 2.ª linha, sugerindo em grande medida que a dinâmica exportadora nacional acompanhou a dinâmica importadora deste conjunto de países que escolhemos.

Em segundo lugar, na comparação da dinâmica importadora deste conjunto de países com

a dinâmica exportadora de Portugal, pode observar-se alguma diferenciação entre estes países/regiões, embora não de maneira decisiva. A coincidência é maior para a Espanha, com 16 produtos em 30, seguindo-se o México, com 15 em 30, a China (14), EUA (12) e Índia (11). Como seria de esperar, a dinâmica importadora de Espanha está mais próxima da dinâmica exportadora nacional, enquanto a da Índia está mais distanciada.

Por último, uma análise de correlação tenderia a mostrar uma razoável sintonia entre o perfil das exportações portuguesas, por um lado, e o perfil das importações de Espanha, México, Polónia e EUA, por outro. Uma tal análise tenderia a mostrar uma diferenciação acentuada em relação ao perfil importador da China e muito acentuada em relação ao da Índia, deixando implícitas as dificuldades da economia face aos mercados asiáticos, mas igualmente a possibilidade de aí descobrir oportunidades para alguns produtos portugueses em mercados de enorme dimensão e dinâmica crescente.

4. SÍNTESE DOS RESULTADOS FACE À ESTRUTURA ESPACIAL DE DIPLOMACIA ECONÓMICA PORTUGUESA

Como referimos inicialmente, a nossa reflexão não pretende estabelecer qualquer relação directa simples, ou mais precisamente simplista, entre a análise das dinâmicas importadoras internacionais e a diplomacia económica. Pensamos, contudo, que a observação das suas principais tendências poderá vir a ser tomada em conta na definição ou redefinição de estratégias para a rede de diplomacia económica.

Um facto notável foi a constatação de uma forte dinâmica importadora por parte de um conjunto de países situados na área da Europa Central e de Leste, bem como do Norte até ao Báltico, não apenas em relação aos produtos portugueses mas também em relação ao mundo. Parece assim que o país está a procurar tirar partido desta oportunidade, designadamente porque em muitos casos a dinâmica em relação à importação de produtos portugueses é superior à que se manifesta em relação ao resto do mundo.

O crescimento de importância da Espanha, que se tornou o nosso primeiro cliente, e da UEBl, que se tornou o sexto, integra-se igualmente na dinâmica importadora daqueles países. De sublinhar apenas o caso da Itália que parece manifestar uma preferência acrescida pelos nossos produtos, uma vez que não se trata de um país com dinâmica importadora positiva a nível mundial.

Assim, o espaço tradicional dos nossos clientes tem-se alargado profundamente no espaço

européu. Os 155 funcionários do ICEP na Europa, representando mais de metade do corpo de funcionários desta instituição no exterior, constituem um apoio fundamental para o prosseguimento desta dinâmica. A este propósito o notável crescimento das nossas exportações para a Eslováquia e países bálticos sem que ali exista qualquer apoio diplomático, tanto do ICEP como do MNE (actualmente em instalação) é talvez o aspecto mais assinalável.

A consolidação da nossa presença exportadora na Europa, designadamente com o seu crescimento a Leste, poderá exigir um reforço da nossa diplomacia económica, seja através do alargamento da sua base especializada, em particular o ICEP, seja através da melhor articulação deste com as outras estruturas diplomáticas.

Os Estados Unidos mantêm-se como nosso 5.º maior cliente, embora o seu peso na estrutura das nossas exportações tenha aumentado ligeiramente, cerca de 29% no período considerado, o que acompanha igualmente a crescente importância dos EUA a nível mundial em matéria de importações. De qualquer modo, o apoio do ICEP neste país é constituído por 15 agentes, o que constitui o terceiro maior grupo num único país, em igualdade com a França.

O México constitui um caso notável. Ganha 3 posições a nível mundial, situando-se em 14.º lugar, e sobe 19 posições na estrutura das exportações portuguesas, passando a ser o nosso 33.º cliente. Uma representação diplomática de apenas 2 agentes é talvez demasiado reduzida para um país que assume uma tal posição e apresenta uma tal dinâmica.

Na América do Sul, destaca-se o Chile, que sobe 15 lugares no *ranking* dos nossos clientes, passando para 36.º, o que é tanto mais notável quanto neste período o país não revelou uma dinâmica importadora a nível mundial. O ICEP tem aí duas pessoas a trabalhar.

O Canadá, o Brasil e a Argentina são países onde o ICEP está presente que não revelaram uma dinâmica importadora positiva, nem em relação ao nosso país nem em relação ao mundo. 7 agentes no Canadá, 9 no Brasil e 3 na Argentina asseguram a presença do ICEP nestes países.

Note-se que, com excepção do México, os países da América latina não apresentam em geral dinâmicas importadoras positivas e não possuem uma propensão a importar significativa. Mesmo o Brasil é, em termos absolutos, um importador equivalente a Portugal e a Argentina não ultrapassará 1/3 das nossas importações. Em consequência, um reforço da diplomacia económica, pelo menos da mais especializada, não parece estar na ordem do dia nesta região, mesmo tratando-se de uma região com afinidades culturais e linguísticas.

Como observámos anteriormente, encontramos na Ásia um conjunto de regiões e países de forte dinâmica importadora em termos globais, como a Indochina, Índia, e nalguns casos mesmo em relação a Portugal, como Singapura e Indonésia, sem qualquer representação do ICEP. Esta instituição está nesta região do Globo apenas representada em dois países China/Macau e Japão. A China registou uma importante dinâmica importadora, tanto a nível global como em relação a Portugal. O Japão continua mergulhado numa crise persistente que tem limitado as suas dinâmicas internacionais, designadamente ao nível das importações. Parece patente a existência de uma clara sub-representação da diplomacia económica portuguesa nesta região do Globo.

Pela sua dinâmica, pela sua dimensão, embora a sua propensão a importar seja ainda reduzida, e até pelas tradições, o caso da Índia, que registámos anteriormente, parece assumir-se como uma clara lacuna na nossa representação no exterior.

Cabe no entanto igualmente sublinhar que não há facilidades nestes mercados para os produtos portugueses uma vez que, como referimos, o perfil importador destes países se afasta consideravelmente do nosso perfil exportador.

Na Oceânia existe uma representação portuguesa na Austrália com 3 efectivos, tendo este país registado uma dinâmica interessante de produtos portugueses no período considerado.

A representação do ICEP nos Emiratos Árabes Unidos estará relacionada com a captação de capitais, sendo a de Israel menos clara nos seus objectivos.

Em África, regista-se uma presença do ICEP em Angola, Moçambique e Cabo Verde, países que não registaram dinâmicas importadoras positivas e não se apresentam claros os objectivos do ICEP neste último país. A África do Sul não exprime na importação de produtos portugueses o seu ganho de posição importadora, ainda que ligeiro, a nível global. Registe-se ainda o caso positivo do Gabão, embora eventualmente ligado a apenas um contrato no domínio da aeronáutica, sem que exista neste país qualquer representação de tipo diplomático.

Na África do Norte, regista-se a presença do ICEP em Marrocos, Argélia e Tunísia, os quais não registam dinâmica importadora positiva a nível global com comportamentos diferenciados em relação a Portugal. A Argélia não regista uma dinâmica importadora positiva em relação aos produtos portugueses, Marrocos apenas ligeiramente, sendo surpreendente o caso da Tunísia, que regista um notável incremento nas suas importações de produtos portugueses, ganhando 12 posições (embora partindo de um nível modesto). Nesta região apenas o Egipto regista uma ligeira dinâmica importadora de produtos portugueses, e não tem representação do ICEP.

5. A DIPLOMACIA PORTUGUESA FACE ÀS DINÂMICAS IMPORTADORAS RECENTES

A avaliar pela análise das dinâmicas importadoras internacionais que se tem observado, parece claro que do ponto de vista comercial a diplomacia económica portuguesa se deve orientar, no mínimo, pela manutenção das suas posições estruturais na Europa comunitária (dos 15) e na América do Norte, que são espaços de clientes tradicionais, nalguns casos com alguma associação a comunidades emigrantes. Não sendo estes espaços de forte dinâmica importadora, cada progresso encontra forte concorrência, exigindo eventualmente algum reforço especializado, mas sobretudo uma melhor e mais eficiente articulação com as outras estruturas de representação externa públicas e privadas já existentes.

A Europa do alargamento e alguns outros países próximos tendem a afirmar-se claramente como espaços económicos de forte dinamismo e grande abertura, exigindo uma estratégia mais específica, uma vez que se trata de um espaço formado normalmente por pequenos países, o que pode tender a uma dispersão de esforços pouco eficientes, sobretudo se tivermos em consideração uma estrutura de diplomacia económica especializada e dotada de forte autonomia.

A África do Norte e os países africanos de língua portuguesa, embora não sendo espaços que tenham registado dinâmicas importadoras significativas no período em causa, constituem, por razões diferentes, de proximidade geográfica no primeiro caso e de proximidade histórico/cultural no segundo, regiões de potencial crescimento das nossas exportações, designadamente no quadro de movimentos de reestruturação produtiva interespaçial que podem justificar uma atenção muito para além da dinâmica importadora do período em referência.

Da análise anterior ressalta igualmente a necessidade de um alargamento das acções diplomáticas ao espaço asiático. Sendo certo que algumas oportunidades têm vindo a ser aproveitadas, como no caso da China, trata-se de uma região imensa e que se apresenta com uma fortíssima dinâmica importadora que não pode deixar de ser explorada por quem considera que o crescimento sustentado do país passa pelo alargamento dos mercados externos e da exportação. Como referimos, trata-se de uma região claramente sub-representada em termos de diplomacia económica, sendo indispensável definir uma estratégia comercial para esta região associando-lhe os necessários instrumentos que lhe permitam ganhar eficácia e operacionalidade.

Conclusão

Em síntese, independentemente da discussão conceptual e metodológica, o conteúdo económico da diplomacia vem sendo ampliado por força do movimento de globalização, da assumpção de protagonismo industrial e político dos países emergentes e por pressão da integração do cálculo económico em toda a vida pública, interpellando decididamente as estruturas diplomáticas a uma adaptação dinâmica que passa necessariamente pelo enriquecimento de funções e alargamento de objectivos.

Neste quadro, a diplomacia económica intervém segundo três eixos de acção, de acordo com a dominância dos objectivos políticos e económicos: a acção segurança, submetida portanto ao primado dos objectivos políticos, a acção reguladora, onde os objectivos políticos e económicos são inseparáveis e a acção competitiva, onde os objectivos económicos predominam de modo absoluto.

Do ponto de vista dos objectivos mais estritamente económicos, as tarefas da diplomacia económica orientam-se fundamentalmente em duas vertentes: a diplomacia económica em sentido estrito, contribuindo para a acção reguladora referida, de limitado alcance para os países pequenos ou pouco desenvolvidos com fraca voz nas instâncias internacionais, e a diplomacia comercial, desenvolvendo uma acção competitiva em coordenação com as actividades empresariais do país e utilizando as estruturas materiais e humanas implantadas em solo estrangeiro.

É nesta última vertente que um esforço acrescido deve ser levado a cabo no sentido de tornar mais atractivo o investimento em Portugal, recriar uma imagem de país moderno, aberto e hospitaleiro que cativa o turismo internacional e apoiar as empresas nacionais em busca de ampliação ou descoberta de novos nichos de mercado ou simplesmente de

novas parcerias e oportunidades de negócios.

Aceitando que a estratégia de desenvolvimento do país deve assentar na produção de bens transaccionáveis, tal implica a existência de uma tradição e dinâmica no sector exportador ou, em alternativa, a definição de uma política económica internacional, o que confere à diplomacia económica um lugar muito importante, designadamente procurando influenciar decisões nos organismos internacionais, atrair investimentos de conteúdo tecnológico elevado, sobretudo para o sector de bens transaccionáveis, pesquisar mercados e nichos para os produtos portugueses, bem como oportunidades de negócios e apoio logístico para as empresas nacionais operando no exterior.

Sendo certo que não se pode pedir à diplomacia económica mais do que ela pode dar, uma vez que, como referimos, se trata de um instrumento ao serviço de objectivos políticos e económicos, é igualmente indispensável que pela sua parte esteja em condições de responder positivamente e de maneira pró-activa às solicitações que os agentes económicos que operam na esfera internacional venham a fazer.

Para tanto, torna-se indispensável definir objectivos, metas e mecanismos de controlo em coerência com a estratégia de desenvolvimento prosseguida pelo país, proceder à necessária avaliação e, se for o caso, aos ajustamentos na estrutura organizativa ao serviço dos novos objectivos e funções, na base de critérios de eficiência.

Todavia, a teoria e a análise comparada não fornecem uma orientação clara para o modelo de diplomacia económica a implementar. Em qualquer caso, este deve sujeitar-se a uma dupla exigência: deve ser pensado como um instrumento de uma política económica internacional que leva em conta a dimensão e as características da estrutura produtiva do país e deve obedecer a critérios de eficiência económica.

O modelo de diplomacia económica dual adoptado por Portugal ao longo das últimas décadas parece em geral inadequado, pelo que a sua crítica e tentativa de reformulação recente é inteiramente compreensível. Na verdade, a reduzida dimensão do país e das suas actividades económicas no exterior justificariam melhor, em princípio, um modelo completamente integrado que permitisse concentrar recursos e coordenar esforços com menos custos.

É verdade ser frequente a dupla diplomacia, em que existem dois ministérios operando na esfera internacional. Mas situações deste tipo serão sempre ineficientes para um país pequeno e de recursos limitados como Portugal, gerando delegações sem massa crítica para cumprir objectivos mais ambiciosos.

O modelo de diplomacia portuguesa deve, pois, ser um modelo tendencialmente integrado, de modo a concentrar recursos e a criar flexibilidade na sua estrutura e na sua capacidade de resposta, sempre no quadro de uma clara definição de objectivos e avaliação

da sua execução, o que de resto deve ser generalizado a toda a actividade diplomática e a toda a acção pública.

É claro que não se pode ignorar a ausência de tradição e de preparação da nossa diplomacia em lidar com as questões económicas, mas também não se pode persistir no erro habitual da administração pública de criar mecanismos paralelos sempre que um serviço não se adequa às funções que lhe devem ser consignadas.

Neste sentido, a rede diplomática deve ser reordenada em função de um conjunto de objectivos, designadamente de âmbito económico, quer se trate de investimentos directos, turismo, negócios empresariais ou exportações. A este propósito, a incursão levada a cabo sobre as dinâmicas importadoras internacionais confirmou a necessidade de configurar uma representação comercialmente agressiva em duas regiões onde se exprimem as mais fortes dinâmicas importadoras: a Europa de Leste e a Ásia, concebendo para cada um destes espaços estratégias adequadas, num quadro integrado e consistente, fazendo delas dois casos práticos para avaliação posterior. De resto, regiões onde a nossa representação diplomática aparece claramente deficitária face às novas tendências mundiais do desenvolvimento económico e comercial.

Tal não pode significar, é claro, qualquer adormecimento na acção desenvolvida nos principais mercados da Europa e EUA e também não pode conduzir a um menor esforço em relação aos mercados de tipo regional da África do Norte ou que se inscrevem nas tradições histórico-culturais dos que se exprimem na língua portuguesa. Estes mercados, aos quais se poderia juntar ainda os “mercados da saudade”, constituem alvos que exigem a definição de estratégias mais coerentes e adequadas, não podendo de modo algum ser subestimados, mas não implicam necessariamente reforço dos efectivos aí presentes.

Como referimos, não decorre em linha directa das análises desenvolvidas um modelo único de organização, embora para um país da dimensão de Portugal e com o perfil das suas relações com o exterior seja difícil de admitir a razoabilidade em termos de custos/benefícios de uma dupla diplomacia. Por outro lado, parece-nos que os problemas de coordenação ICEP/MNE são insolúveis no actual quadro institucional.

A hipótese que aqui claramente assumimos é a de forçar uma integração através de uma responsabilização mais efectiva do MNE na definição e condução da política económica externa.

Na base desta hipótese, um Secretário de Estado submetido a dupla tutela poderia responsabilizar-se pela área de Assuntos Económicos e do Desenvolvimento e o ICEP poderia ser integrado no MNE numa situação equivalente a uma Direcção Geral com chefias partilhadas entre pessoal do serviço diplomático e da carreira técnica no Ministério da Economia, desaparecendo explicitamente o Gabinete de Assuntos Económicos do MNE.

O corpo integrado de funcionários seria constituído por funcionários recrutados de entre os técnicos e diplomatas para o exercício de funções na área da economia/finanças, sendo o provimento de vagas efectuado de acordo exclusivamente com o perfil dos candidatos.

Poderia revelar-se útil a implementação de uma regra, isto é, a integração nas representações exteriores de um agente com sólida formação na área económica e financeira, eventualmente no segundo lugar da hierarquia diplomática. Às secções económicas das embaixadas e postos consulares seriam cometidas as tarefas relacionadas com o comércio, investimento, turismo e apoio às empresas, prestando serviços tendencialmente pagos às diversas entidades.

Anexo 1

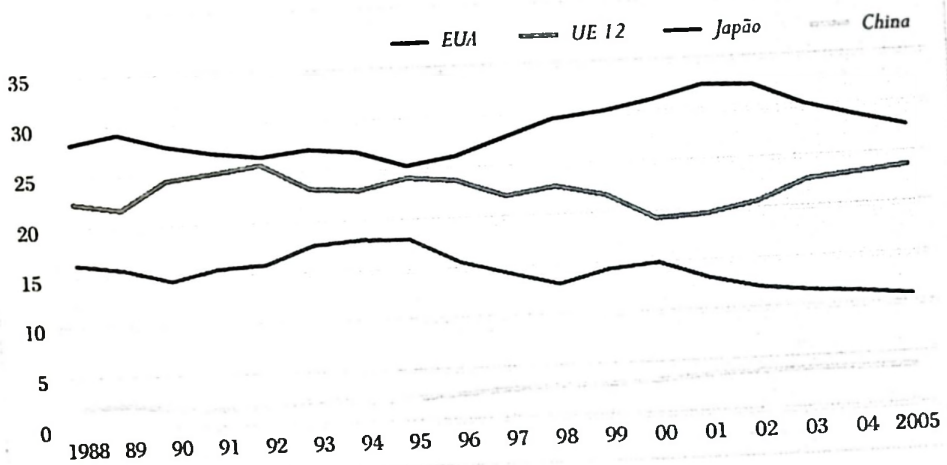
Produto Interno Bruto – Taxa de crescimento (em %)

	Média 10 anos					
	1987-1996	1997-2006	1997	1998	1999	2000
Mundo	3,3	3,9	4,2	2,8	3,7	4,7
Economias avançadas	3,0	2,7	3,5	2,6	3,5	3,9
Estados Unidos	2,9	3,3	4,5	4,2	4,4	3,7
União Europeia	2,2	2,4	2,9	3,0	2,9	3,9
UE12	-	2,0	2,6	2,8	2,7	3,8
Japão	3,2	1,1	1,8	-1,0	-0,1	2,4
Ásia em desenvolvimento	7,8	6,7	6,5	4,2	6,2	6,7
China	10,0	8,4	8,8	7,8	7,1	8,0
Índia	5,9	6,0	5,0	5,8	6,7	5,4
Ásia exceptuando China e Índia	6,4	3,9	3,8	-4,5	3,8	5,4
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Mundo	2,4	3,0	4,0	5,1	4,3	4,3
Economias avançadas	1,2	1,5	1,9	3,3	2,5	2,7
Estados Unidos	0,8	1,6	2,7	4,2	3,5	3,3
União Europeia	2,0	1,3	1,3	2,5	1,6	2,1
UE12	1,7	0,9	0,7	2,0	1,2	1,8
Japão	0,2	-0,3	1,4	2,7	2,0	2,0
Ásia em desenvolvimento	5,6	6,6	8,1	8,2	7,8	7,2
China	7,5	8,3	9,5	9,5	9,0	8,2
Índia	3,9	4,7	7,4	7,3	7,1	6,3
Ásia exceptuando China e Índia	3,2	4,8	5,8	6,1	5,4	5,0

Fonte: Fundo Monetário Internacional

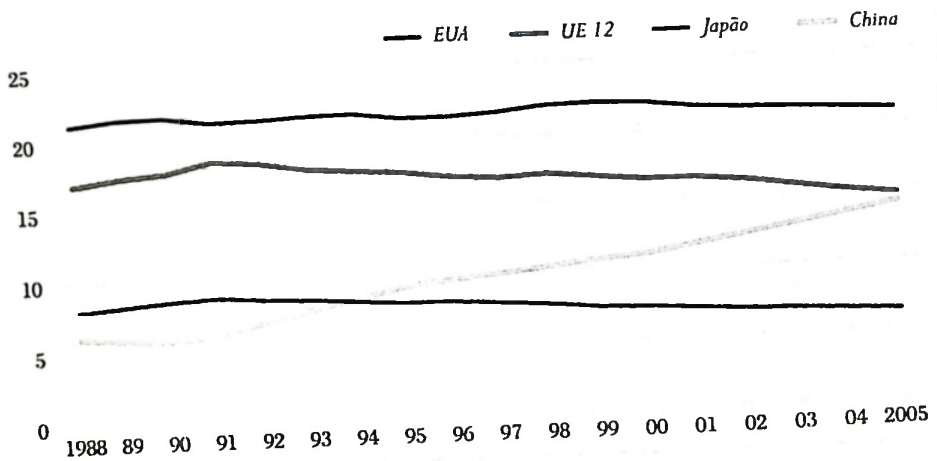
Anexo 2

PIB Nominal – em % do total mundial



Fonte: Thomson Financial.

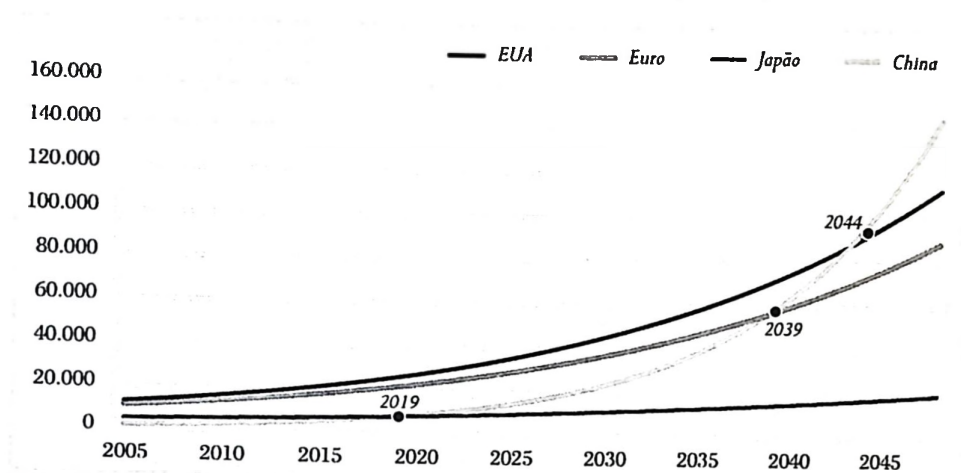
PIB (ppc) – em % do total mundial



Fonte: Thomson Financial.

Anexo 3

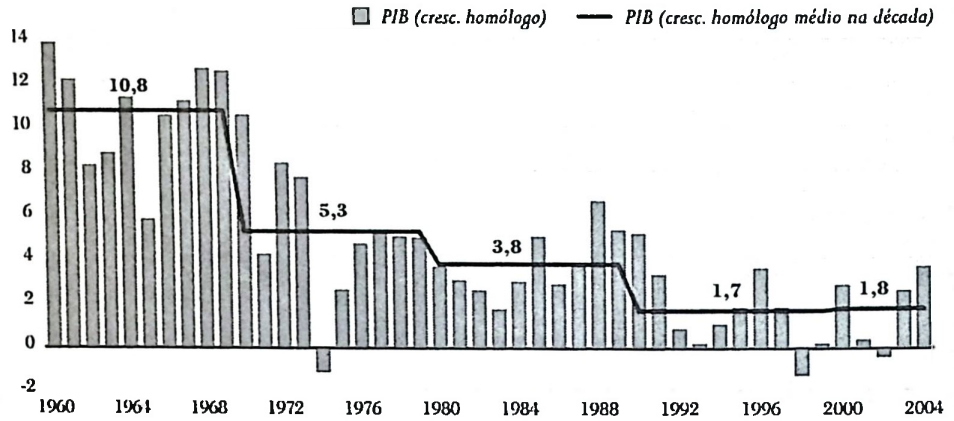
Projeções de crescimento do PIB (mM USD)



Fonte: Thomson Financial.

Anexo 4

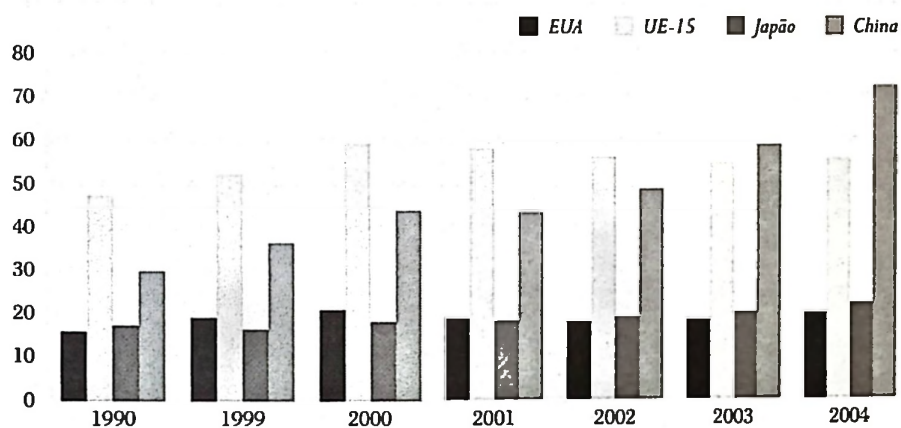
Japão: crescimento do PIB anual e por décadas



Fonte: Thomson Financial.

Anexo 5

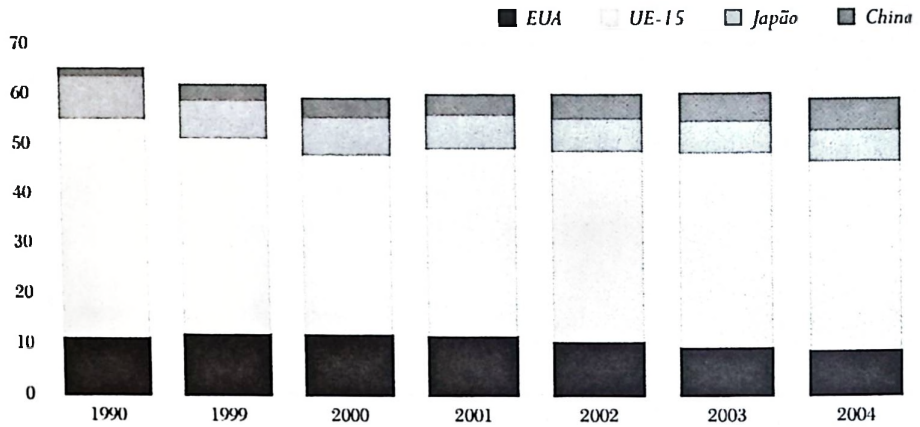
Grau de abertura ao comércio internacional de mercadorias (%)



Fonte: Organização Mundial do Comércio e Thomson Financial.

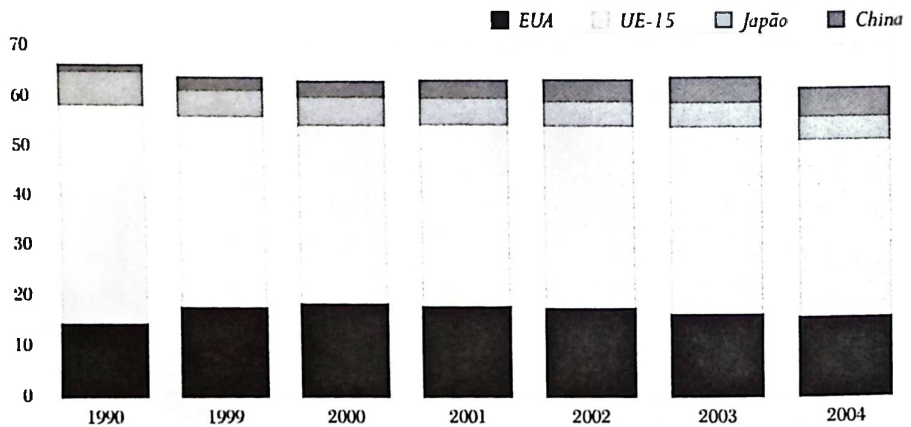
Anexo 6

Exportações de mercadorias: peso internacional (%)



Fonte: Organização Mundial do Comércio.

Importações de mercadorias: peso internacional (%)



Fonte: Organização Mundial do Comércio.

Anexo 7

Comércio Internacional – Exportações de mercadorias (mil milhões USD)

	Taxa de crescimento anual				
	1990-1999	2000-2004		1990	1999
Mundo	5,2	9,1		3448,8	5712,0
Estados Unidos	5,9	1,2		393,6	695,8
União Europeia (25)	-	11,1		-	2344,5
União Europeia (15)	4,0	10,5		1508,8	2237,5
Japão	3,8	4,2		287,6	417,6
China	12,1	24,2		62,1	194,9
	2000	2001	2002	2003	2004
Mundo	6449,0	6183,0	6482,0	7551,0	9153,0
Estados Unidos	781,9	729,1	693,1	724,8	818,8
União Europeia (25)	2437,4	2451,8	2617,9	3123,9	3714,2
União Europeia (15)	2316,3	2318,7	2466,3	2926,6	3449,9
Japão	479,2	403,5	416,7	471,8	565,8
China	249,2	266,1	325,6	438,2	593,3

Fonte: Organização Mundial Comércio

Anexo 8

Comércio Internacional – Importações de mercadorias (mil milhões USD)

	Taxa de crescimento anual				
	1990-1999	2000-2004		1990	1999
Mundo	5,2	9,0		3549,7	5911,0
Estados Unidos	7,4	4,9		517,0	1059,4
União Europeia (25)	-	10,3		-	2403,3
União Europeia (15)	3,8	8,8		1558,0	2262,5
Japão	2,8	4,6		235,4	310,0
China	12,0	25,7		53,3	165,7
	2000	2001	2002	2003	2004
Mundo	6715,0	6474,0	6724,0	7832,0	9495,0
Estados Unidos	1259,3	1179,2	1200,2	1303,1	1525,5
União Europeia (25)	2560,2	2525,8	2547,0	3179,4	3791,0
União Europeia (15)	2404,9	2361,1	2463,1	2946,6	3375,0
Japão	379,5	349,1	337,2	382,9	454,5
China	225,1	243,6	295,2	412,8	561,2

Fonte: Organização Mundial Comércio

Anexo 9

Investimento directo estrangeiro – fluxos e *stocks* (mil milhões de dólares)

	Fluxos				
	Média anual 1985-1995	2001	2002	2003	2004
Mundo	182,4	825,9	716,1	632,6	648,1
Países desenvolvidos	131,4	596,3	547,8	442,2	380,0
Estados Unidos	44,1	159,5	71,3	56,8	95,9
União Europeia	69,7	382,6	420,4	338,7	216,4
Japão	0,6	6,2	9,2	6,3	7,8
Países em desenvolvimento	49,9	217,8	155,5	166,3	233,2
Brasil	1,8	22,5	16,6	10,1	18,2
China	11,7	46,9	52,7	53,5	60,6
Hong Kong	4,1	23,8	9,7	13,6	34,0
México	4,5	27,6	15,1	11,4	16,6
Singapura	4,5	14,1	5,8	9,3	16,1
	Stocks				
	1980	1990	2000	2003	2004
Mundo	530,2	1768,6	5780,8	7980,3	8895,3
Países desenvolvidos	398,2	1404,4	3976,4	5816,3	6469,8
Estados Unidos	83,0	394,9	1256,9	1378,0	1473,9
União Europeia	398,2	1404,4	3976,4	5816,3	6469,8
Japão	3,3	9,9	50,3	89,7	97,0
Países em desenvolvimento	132,0	364,1	1734,5	2001,2	2226,0
Brasil	17,5	37,2	103,0	132,8	151,0
China	1,1	20,7	193,3	228,4	245,5
Hong Kong	21,2	45,1	455,5	381,3	456,8
México	-	22,4	97,2	165,9	182,5
Singapura	6,2	30,5	112,6	144,4	160,4

Fonte: UNCTA D

Anexo 10

Investimento directo estrangeiro (em termos relativos)

	Fluxos (em % da FBCF)				
	Média anual 1985-1995	2001	2002	2003	2004
Mundo	3,8	12,0	10,6	8,3	7,5
Países desenvolvidos	3,6	11,8	10,9	7,9	6,1
Estados Unidos	4,2	8,1	3,7	2,8	4,2
União Europeia	5,0	22,6	23,7	16,0	8,8
Japão	-	0,6	1,0	0,6	0,7
Países em desenvolvimento	4,6	12,9	9,5	8,8	10,5
Brasil	2,1	22,7	19,6	11,3	15,3
China	6,0	10,5	10,4	8,6	8,2
Hong Kong	18,4	55,7	26,4	39,4	92,1
México	9,6	22,2	12,1	9,4	12,2
Singapura	32,9	55,5	25,6	41,7	62,7
	Stocks (em % do PIB)				
	1980	1990	2000	2003	2004
Mundo	5,0	8,4	18,3	22,0	21,7
Países desenvolvidos	4,9	8,2	16,3	20,6	20,5
Estados Unidos	3,0	6,9	12,9	12,7	12,6
União Europeia	4,9	8,2	16,3	20,6	20,5
Japão	-	-	1,1	2,1	2,1
Países em desenvolvimento	5,4	9,8	26,2	27,8	26,4
Brasil	7,4	8,0	17,1	27,6	25,2
China	0,5	5,8	17,9	16,2	14,9
Hong Kong	74,3	60,3	275,4	239,2	277,6
México	-	8,5	16,7	27,0	27,0
Singapura	52,9	83,1	123,1	160,2	150,2

Fonte: UNCTA D

Anexo 11

Pessoal colocado nas Embaixadas Portuguesas: Europa

			Pessoal não Diplomático		Total
	Pessoal Diplomático	Pessoal Especializado	Pessoal do Quadro 1	Pessoal dos Serviços Externos	
Europa	86	26	32	299	443
Alemanha	5	3		20	28
Andorra	1			3	4
Áustria	4		1	10	15
Bélgica	6	3	3	17	29
Bósnia-Herzegovina (missão temporária)				3	3
Bulgária	3		1	11	15
Chipre ¹	1				1
Croácia	2			6	8
Dinamarca	2			9	11
Eslováquia ²	2				2
Eslovénia ¹	1				1
Espanha	5	5	3	15	28
Estónia ¹	1				1
Finlândia	2			7	9
França	4	4	4	33	45
Grécia	2		1	8	11
Holanda	2	1		9	12
Hungria	2		1	13	16

Fonte: Ministério dos Negócios Estrangeiros, Agosto de 2005.

¹ Abertas por Despacho Conjunto publicado no Diário da República em Março de 2005.

² Abertas por Despacho Conjunto publicado no Diário da República de 17 de Dezembro de 2004.

Pessoal colocado nas Embaixadas Portuguesas: Europa

			Pessoal não Diplomático		Total
	Pessoal Diplomático	Pessoal Especializado	Pessoal do Quadro 1	Pessoal dos Serviços Externos	
Irlanda	2		1	9	12
Itália	4	1	3	13	21
Letónia ¹	1				1
Lituânia ¹	1				1
Luxemburgo	2	2	1	10	15
Malta ¹	1		1		2
Noruega	2			10	12
Polónia	2			11	13
Reino Unido	5	2	2	12	21
República Checa	2		1	3	6
Roménia	1		1		2
Rússia	4	2	3	9	18
Santa Sé	2	2	2	12	18
Sérvia e Montenegro	3			8	11
Suécia	2			9	11
Suíça	2	1		15	18
Turquia	2		1	9	12
Ucrânia	3		2	5	10
Subtotal (1)	86	26	32	299	443

Fonte: Ministério dos Negócios Estrangeiros, Agosto de 2005.

¹ Abertas por Despacho Conjunto publicado no Diário da República em Março de 2005.

Anexo 12

Pessoal colocado nas Embaixadas Portuguesas: América, Ásia, Médio Oriente e Oceânia

			Pessoal não Diplomático		Total
	Pessoal Diplomático	Pessoal Especializado	Pessoal do Quadro 1	Pessoal dos Serviços Externos	
América	29	10	7	124	170
Argentina	2	1	1	10	14
Brasil	5	4	1	28	38
Canadá	2	2		9	13
Chile	2			8	10
Colômbia	1		1	7	9
Cuba	2			9	11
EUA	7	3	1	23	34
México	2		1	10	13
Peru	2			7	9
Uruguai	2			7	9
Venezuela	2		2	6	10
Ásia	19	8	6	75	108
China	3	2	1	14	20
Coreia	2		1	6	9
Filipinas	2		1	8	11
Índia	2	1		19	22
Indonésia	1		1		2
Japão	2	1		13	16
Paquistão	2			10	12
Tailândia	2			5	7
Timor-Leste	3	4	2		9
Médio Oriente	8	0	4	32	44
Arábia Saudita	1		1	5	7
Egipto	1		2	9	12
Irão	2			10	12
Iraque	2		1	2	5
Israel	2			6	8
Oceânia	2	0	1	5	8
Austrália	2		1	5	8
Subtotal (2)	58	18	18	236	330

Fonte: Ministério dos Negócios Estrangeiros, Agosto de 2005.

Anexo 13

Pessoal colocado nas Embaixadas Portuguesas: África

			Pessoal não Diplomático		Total
	Pessoal Diplomático	Pessoal Especializado	Pessoal do Quadro 1	Pessoal dos Serviços Externos	
África	37	11	24	206	278
África do Sul	3	1	1	19	24
Angola	5	2	5	44	56
Argélia	2		2	9	13
Cabo Verde	3	2	3	14	22
Congo	2			10	12
Etiópia	1				1
Guiné-Bissau	2	2	1	16	21
Marrocos	3	1	3	13	20
Moçambique	6	1	4	23	34
Nigéria	1		1	8	10
Quênia	2			9	11
S. Tomé e Príncipe	2	2	2	16	22
Senegal	2		1	9	12
Tunísia	2		1	8	11
Zimbábue	1			8	9
Subtotal (3)	37	11	24	206	278
Total (1)+(2)+(3)	181	55	74	741	1051

Fonte: Ministério dos Negócios Estrangeiros, Agosto de 2005.

Anexo 14

Investimentos promocionais do ICEP (mil euros)

		2003			
		Comércio e internac.	Turismo	Investimento internacional	Total
Mercados com vantagens demonstradas	Alemanha	696,4	5262,5		5958,9
	Espanha	790,0	3413,7	19,2	4222,9
	França	327,6	841,7		1169,4
	Reino Unido	450,0	3358,1		3808,0
	Brasil	58,3	254,5	21,7	334,4
	Outros	1740,7	2721,3	2,8	4464,8
	Subtotal	4062,9	15851,8	43,7	19958,4
Mercados com vantagens potenciais	Canadá	52,0	196,2		248,2
	Macau/Hong Kong	13,1			13,1
	R. Popular China	5,8			5,8
	México	17,5			17,5
	Subtotal	88,3	196,2	0,0	284,5
Outros mercados	Polónia	38,9	116,0	5,0	159,8
	Hungria	7,0	40,4	4,7	25,1
	Rep. Checa	34,9	43,4	3,5	81,9
	Tunísia	274,4			274,4
	Marrocos	13,7			13,7
	Subtotal	368,8	199,8	13,3	581,8
Resto do Mundo	Áustria	33,0	130,5		163,5
	Dinamarca	7,4	130,6		138,0
	Irlanda	7,6	189,0		196,6
	Japão	135,4	127,9		263,4
	Suécia	46,4	205,2		251,6
	Suíça	13,7	548,2		561,9
	Outros	234,9	147,7		382,5
	Subtotal	478,4	1479,0	0,0	1957,4
Vários mercados (excl. Portugal)		22822,6	12485,6		35308,2
	Outros	478,5	1479,0		1957,5
Total		27821,1	30212,3	57,0	58090,3

Fonte: Relatório e Contas de 2004 do ICEP.

Investimentos promocionais do ICEP (mil euros)

		2004			
		Comércio e internac.	Turismo	Investimento internacional	Total
Mercados com vantagens demonstradas	Alemanha	739,8	2041,3		2781,1
	Espanha	964,8	1881,7	29,8	2876,3
	França	426,4	1899,0		2325,4
	Reino Unido	464,3	1873,8		2338,1
	Brasil	53,3	281,9	35,8	371,0
	Outros	1923,9	1461,5	5,8	3391,2
	Subtotal	4572,5	9439,3	71,4	14083,1
Mercados com vantagens potenciais	Canadá	81,5	133,9		215,4
	Macau/Hong Kong	12,8	19,5		32,4
	R. Popular China	37,5	77,5		115,1
	México	23,9			23,9
	Subtotal	155,7	231,0	0,0	386,7
Outros mercados	Polónia	72,6	32,8	8,6	114,0
	Hungria	19,0	14,9	3,9	37,7
	Rep. Checa	39,3	43,3	6,2	88,8
	Tunísia	0,9	1,0		1,9
	Marrocos	19,3		0,1	19,4
	Subtotal	151,1	91,9	18,8	261,8
Resto do Mundo	Áustria	89,5	34,3		123,8
	Dinamarca	8,4	29,8		38,2
	Irlanda	22,0	121,1		143,1
	Japão	105,4	134,2		239,6
	Suécia	31,1	125,6		156,7
	Suíça	59,7	54,9		114,6
	Outros	498,2	206,9		705,1
	Subtotal	814,3	706,8	0,0	1521,0
Vários mercados (excl. Portugal)		26872,3	17177,5		44049,8
	Outros	814,2	706,8		1521,0
Total		32565,8	27646,4	90,2	60302,4

Fonte: Relatório e Contas de 2004 do ICEP.

Anexo 15

Pessoal do ICEP nas delegações no Exterior – Europa

	Quadro – Comissão Serviço	Contratado Local	Total
Europa	22	133	155
Alemanha	3	15	18
Áustria	1	7	8
Bélgica	1	9	10
Dinamarca	1	6	7
Espanha	2	21	23
Finlândia	0	3	3
França	3	12	15
Holanda	1	7	8
Hungria	1	4	5
Irlanda	1	2	3
Itália	1	8	9
Noruega	0	1	1
Polónia	1	8	9
Reino Unido	2	12	14
República Checa	1	2	3
Roménia	0	1	1
Rússia	1	7	8
Suécia	1	3	4
Suíça	1	4	5
Turquia	0	1	1
Subtotal (1)	22	133	155

Fonte: ICEP, Setembro de 2005.

Anexo 16

Pessoal do ICEP nas delegações no Exterior – Resto do Mundo

	Quadro – Comissão Serviço	Contratado Local	Total
África	10	19	29
África do Sul	2	2	4
Angola	1	4	5
Argélis	1	2	3
Cabo Verde	1	2	3
Marrocos	2	3	5
Moçambique	2	3	5
Tunísia	1	3	4
América	7	31	38
Argentina	1	2	3
Brasil	1	8	9
Canadá	1	6	7
Chile	1	1	2
EUA	2	13	15
México	1	1	2
Ásia	2	13	15
China	1	3	4
Japão	1	7	8
Macau	0	3	3
Médio Oriente	2	5	7
Emiratos Árabes Unidos	1	3	4
Iraque	0	0	0
Israel	1	2	3
Oceânia	1	2	3
Austrália	1	2	3
Subtotal (2)	22	70	92
Total (1)+(2)	44	203	247

Fonte: ICEP, Setembro de 2005.

Anexo 17

Comércio Internacional de Portugal por tipo de mercados (milhões euros)

		Saídas			
		2003	%	2004	%
Mercados com vantagens demonstradas	Alemanha	4152,2	14,8	3869,5	13,5
	Espanha	6687,3	23,8	7170,2	24,9
	França	3702,5	13,2	4013,7	14,0
	Reino Unido	2887,6	10,3	2756,9	9,6
	EUA	1599,9	5,7	1740,8	6,1
	Holanda	1057,3	3,8	1150,4	4,0
	Itália	1334,3	4,7	1223,3	4,3
	Outros	2240,8	8,0	2199,8	7,7
	Subtotal	23661,9	84,2	24124,6	83,9
Mercados com vantagens potenciais	Canadá	166,6	0,6	175,1	0,6
	Macau/Hong Kong	53,6	0,2	60,3	0,2
	R. Popular China	149,7	0,5	101,1	0,4
	México	58,5	0,2	71,0	0,2
	Subtotal	428,3	1,5	407,5	1,4
Outros mercados	Polónia	149,1	0,5	132,9	0,5
	Hungria	94,3	0,3	84,1	0,3
	Rep. Checa	72,5	0,3	69,9	0,2
	Argélia	41,8	0,1	41,4	0,1
	Tunísia	44,4	0,2	54,6	0,2
	Marrocos	129,2	0,5	144,0	0,5
	Subtotal	531,3	1,9	526,7	1,8
Resto do Mundo (subtotal)		3470,7	12,4	3695,3	12,9
Total		28092,3	100,0	28754,1	100,0

Fonte: INE/ICEP.

Comércio Internacional de Portugal por tipo de mercados (milhões euros)

		Entradas				Saldo	
		2003	%	2004	%	2003	2004
Mercados com vantagens demonstradas	Alemanha	6106,0	14,6	6312,2	14,3	-1953,8	-2442,7
	Espanha	12544,6	30,0	12930,1	29,3	-5857,3	-5759,8
	França	4085,8	9,8	4121,9	9,3	-383,3	-108,1
	Reino Unido	2041,0	4,9	2036,5	4,6	846,6	720,4
	EUA	789,9	1,9	1046,6	2,4	810,0	694,2
	Holanda	1957,3	4,7	2032,5	4,6	-899,9	-882,1
	Itália	2675,7	6,4	2688,4	6,1	-1341,4	-1465,2
	Outros	2037,3	4,9	2246,3	5,1	203,5	-46,6
	Subtotal	32237,6	77,2	33414,4	75,7	-8575,6	-9289,9
Mercados com vantagens potenciais	Canadá	185,9	0,4	103,9	0,2	-19,3	71,3
	Macau/Hong Kong	22,9	0,1	29,7	0,1	30,7	30,6
	R. Popular China	371,5	0,9	458,5	1,0	-221,8	-357,4
	México	128,6	0,3	158,5	0,4	-70,1	-87,5
	Subtotal	708,9	1,7	750,5	1,7	-280,6	-343,0
Outros mercados	Polónia	319,0	0,8	321,5	0,7	-169,9	-188,7
	Hungria	68,3	0,2	62,3	0,1	26,1	21,7
	Rep. Checa	128,3	0,3	162,0	0,4	-55,8	-92,1
	Argélia	218,4	0,5	489,8	1,1	-176,6	-448,5
	Tunísia	22,8	0,1	24,4	0,1	21,6	30,2
	Marrocos	59,9	0,1	57,2	0,1	69,3	86,8
	Subtotal	816,7	2,0	1117,3	2,5	-285,3	-590,5
Resto do Mundo (subtotal)		7990,5	19,1	8864,7	20,1	-4519,8	-5169,3
Total		41753,6	100,0	44146,9	100,0	-13661,3	-15392,8

Fonte: INE/ICEP.

Anexo 18

Investimento Directo de Portugal no Exterior (milhões euros)

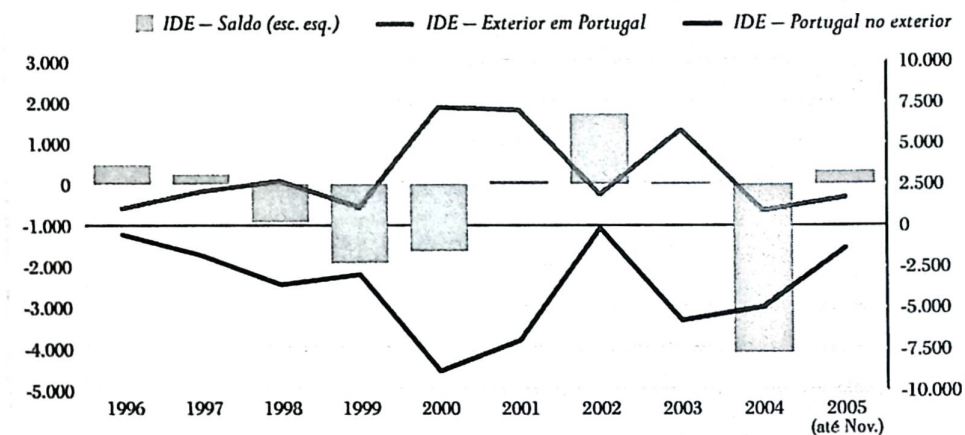
		2002	2003	2004	2005 (até Novembro)
Mercados com vantagens demonstradas	Alemanha	-34,2	-131,7	1,8	6,0
	Espanha	-1152,4	-458,2	936,5	481,4
	França	-3,3	-90,2	33,7	-14,1
	Reino Unido	-51,9	57,4	106,2	8,1
	EUA	45,4	12,8	98,8	60,2
	Holanda	4529,7	-96,9	1308,2	413,9
	Bélgica	2,6	4,7	32,9	-0,2
	Luxemburgo	21,3	16,4	49,0	70,4
	Itália	-237,2	33,9	-38,9	27,8
	Brasil	-2042,0	0,3	188,2	-507,5
	PALOP	-48,7	36,2	-14,9	38,4
	Subtotal	1029,3	-615,3	2701,4	584,4
Resto do Mundo	Subtotal	-864,6	6394,1	2274,5	792,3
Total		164,7	5778,8	4975,9	1376,7

Nota: Sinal (+) significa saída líquida de capitais para o exterior.

Fonte: Banco de Portugal.

Anexo 19

Evolução do Investimento Directo Estrangeiro (milhões de euros)



Fonte: Banco de Portugal.

Anexo 20

Investimento Directo do Exterior em Portugal (milhões euros)

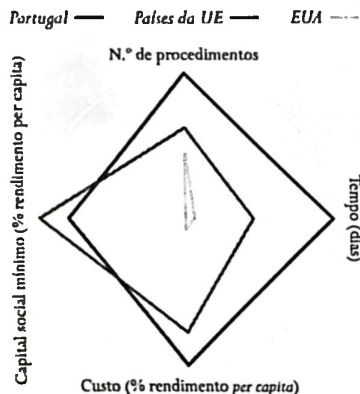
		2002	2003	2004	2005 (até Novembro)
Mercados com vantagens demonstradas	Alemanha	209,0	-127,6	-11,6	-333,9
	Espanha	1094,1	901,5	1382,9	1183,6
	França	-57,4	76,0	-297,0	517,0
	Reino Unido	312,4	1051,0	-2567,5	279,5
	EUA	184,6	173,1	97,3	-65,5
	Holanda	-199,4	-1662,5	-127,0	504,3
	Bélgica	-86,5	90,3	174,9	56,2
	Luxemburgo	444,2	-10,2	76,7	36,0
	Itália	41,1	108,3	26,8	10,4
	Brasil	194,4	-134,4	-1,2	2,8
	PALOP	0,6	5,0	3,0	4,4
	Subtotal	2137,1	-615,3	2701,4	584,4
Resto do Mundo	Subtotal	-259,1	6394,0	2274,4	792,2
Total		1878,0	5778,8	4975,9	1376,7

Nota: Sinal (+) significa entrada líquida de capitais do exterior.

Fonte: Banco de Portugal.

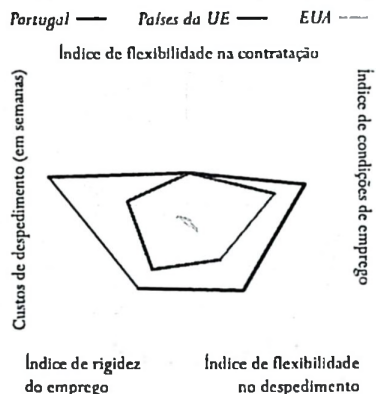
Anexo 21

Flexibilidade no início do negócio



Fonte: Banco Mundial – *Doing Business in 2005*.

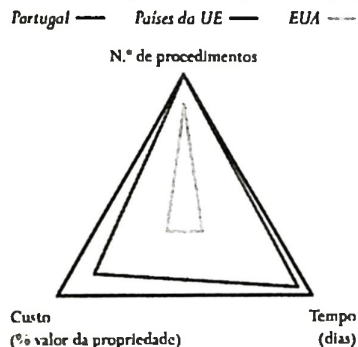
Rigidez da legislação laboral¹



¹ Os índices variam entre 0-100. Quanto mais elevada for o índice, maior é a rigidez da legislação.

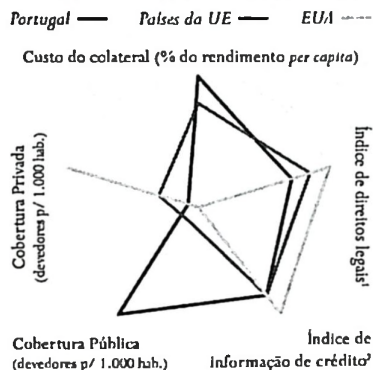
Fonte: Banco Mundial – *Doing Business in 2005*.

Flexibilidade no início do negócio



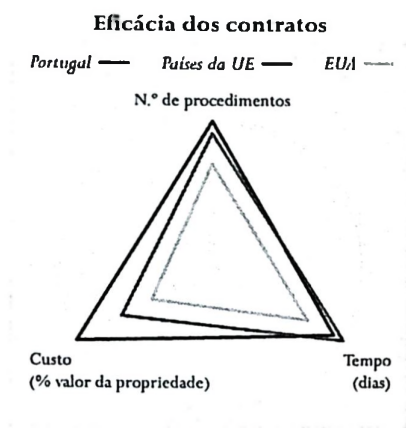
Fonte: Banco Mundial – *Doing Business in 2005*.

Obtenção de crédito

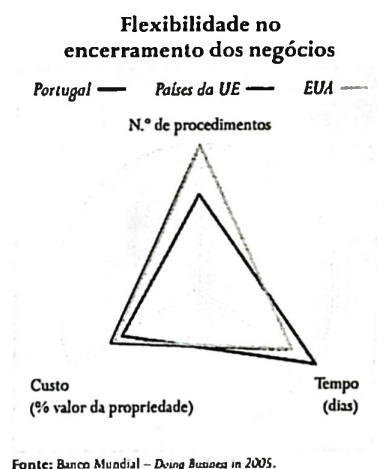


¹ Varia de 0 a 10 (direitos máximos). ² Varia de 0 a 6 (informação mais alargada).

Fonte: Banco Mundial – *Doing Business in 2005*.



Fonte: Banco Mundial – *Doing Business in 2005*.



Fonte: Banco Mundial – *Doing Business in 2005*.

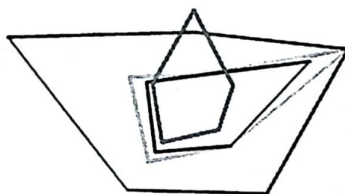
Anexo 22

Rigidez da legislação laboral

Portugal — Hungria — Polónia — Rep. Checa —

Índice de flexibilidade na contratação

Custos de despedimento (em semanas)



Índice de condições de emprego

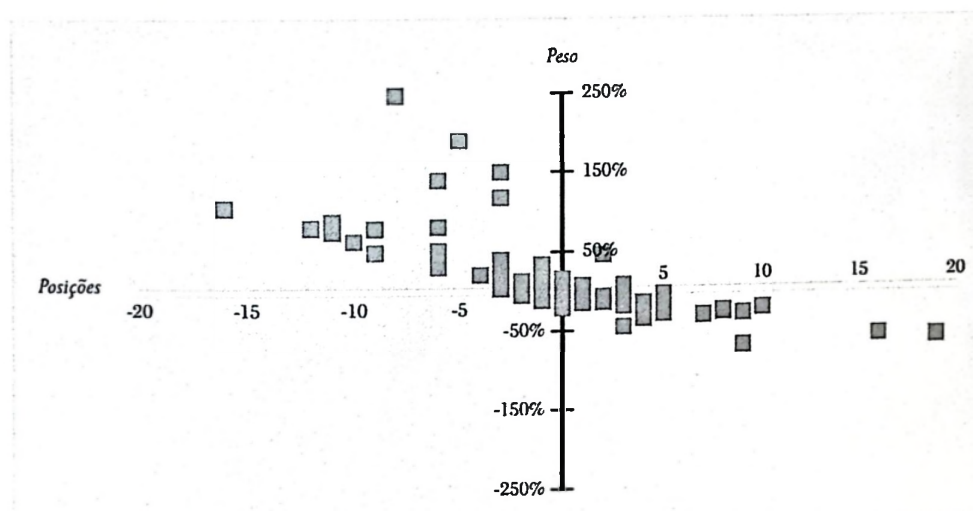
Índice de rigidez
do emprego

Índice de flexibilidade
no despedimento

Fonte: Banco Mundial – *Doing Business*, 2005.

Anexo 23

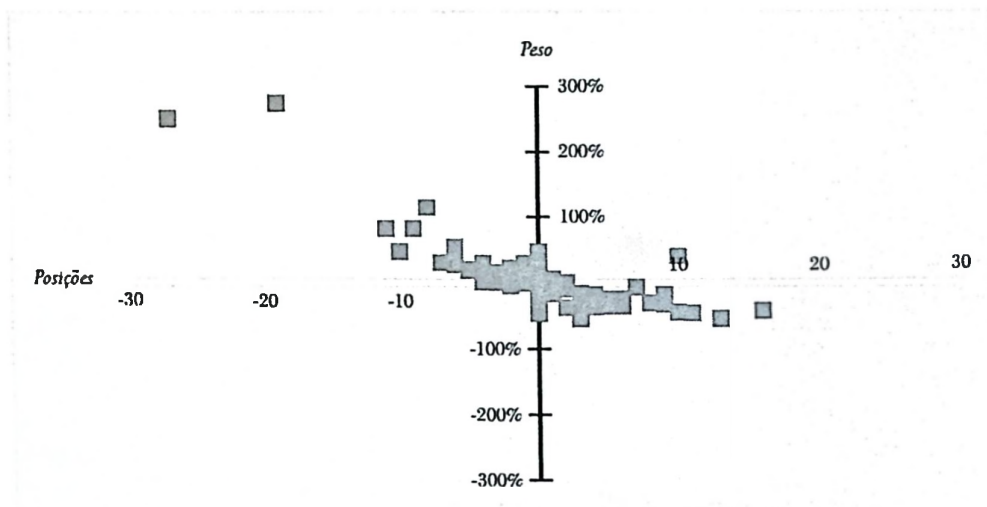
Evolução da Posição *versus* Evolução do Peso Relativo



Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Anexo 24

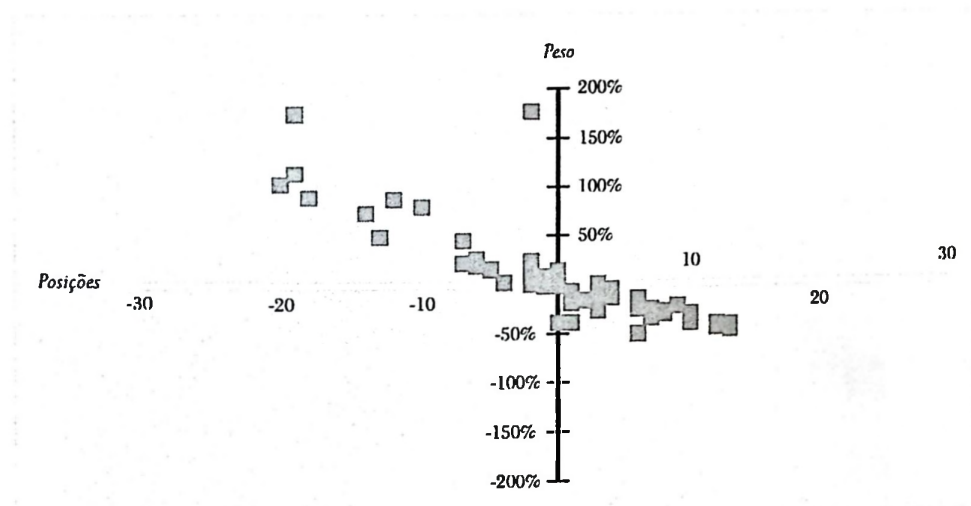
Evolução da Posição versus Evolução do Peso Relativo



Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Anexo 25

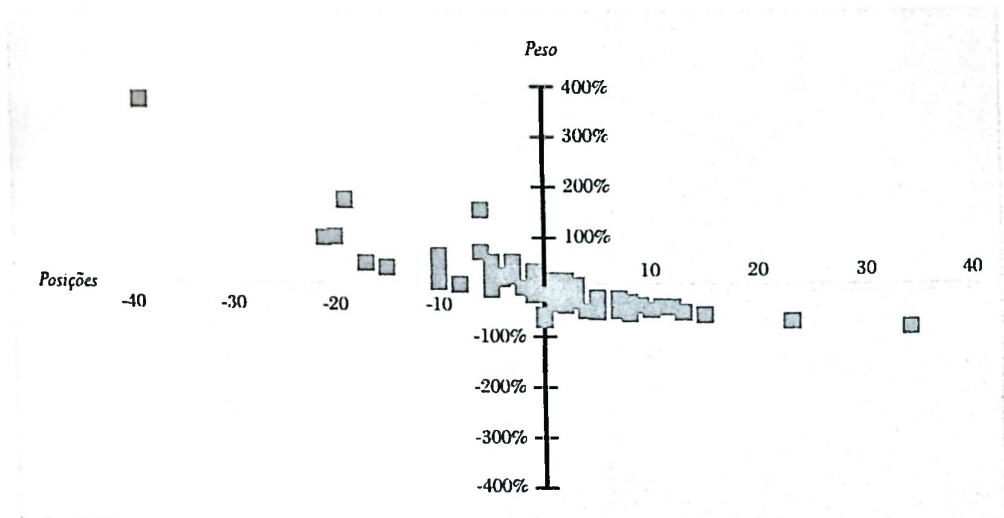
Evolução da Posição *versus* Evolução do Peso Relativo



Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Anexo 26

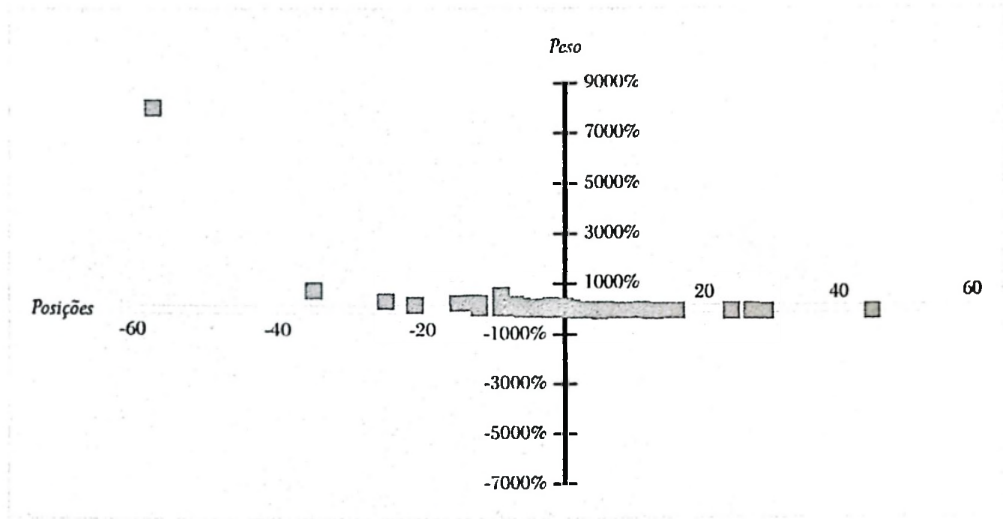
Evolução da Posição versus Evolução do Peso Relativo



Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

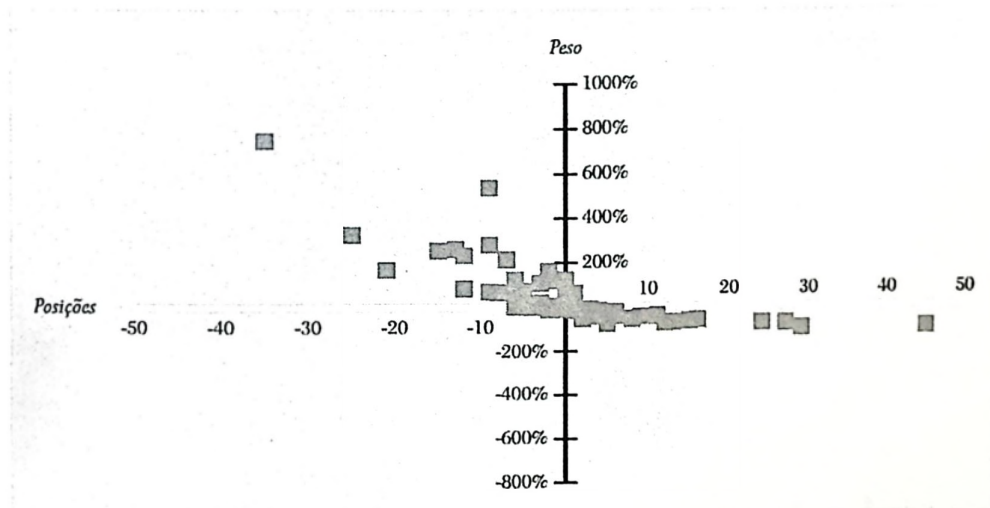
Anexo 27

Evolução da Posição *versus* Evolução do Peso Relativo



Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Evolução da Posição *versus* Evolução do Peso Relativo¹

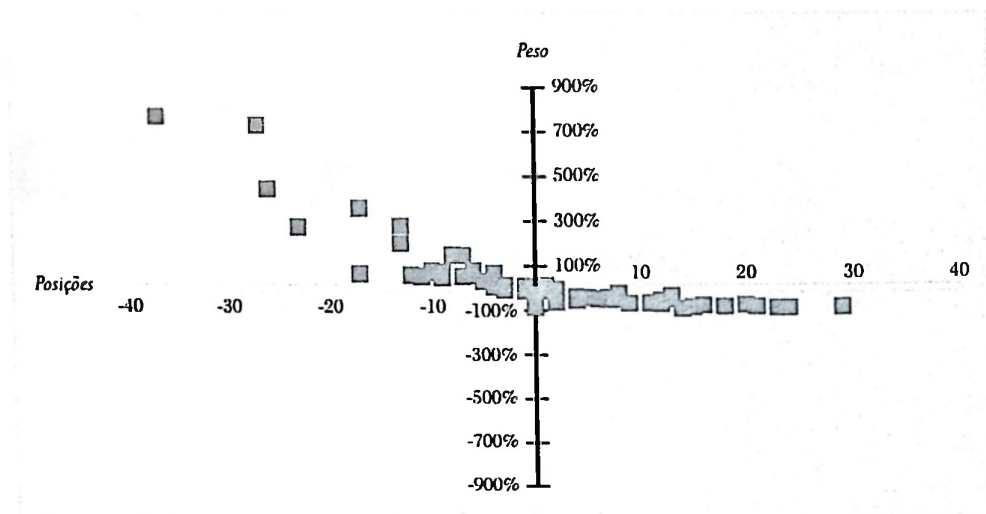


¹ Exclui-se deste quadro o produto "Ouro não monetário".

Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Anexo 28

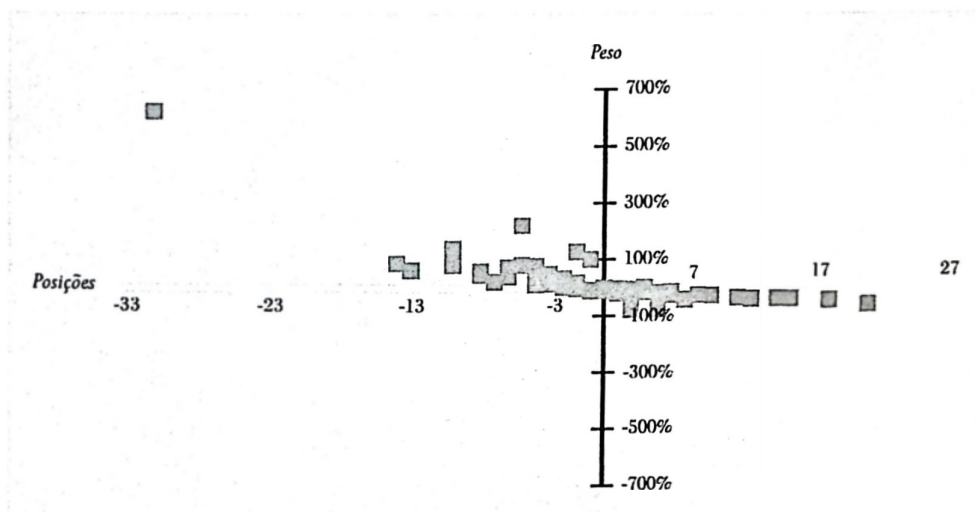
Evolução da Posição versus Evolução do Peso Relativo



Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Anexo 29

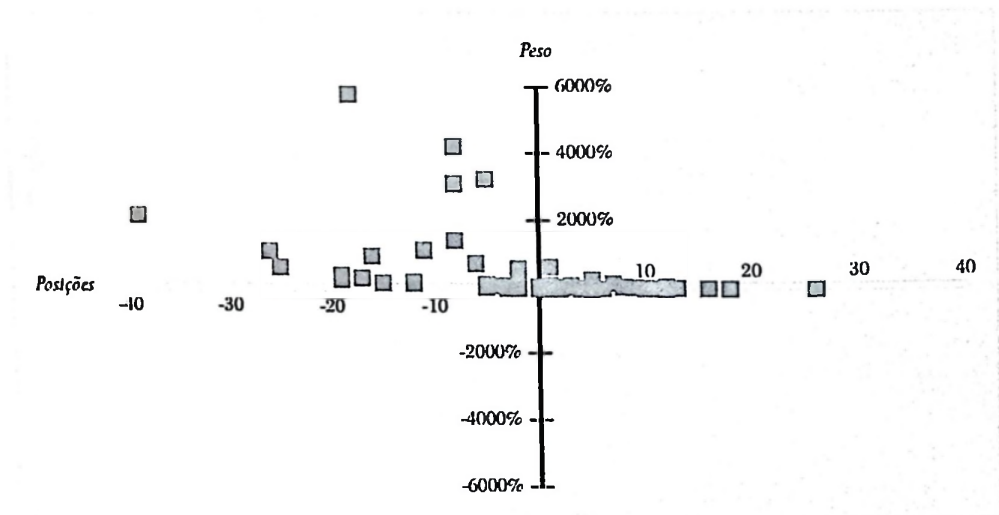
Evolução da Posição *versus* Evolução do Peso Relativo



Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Anexo 30

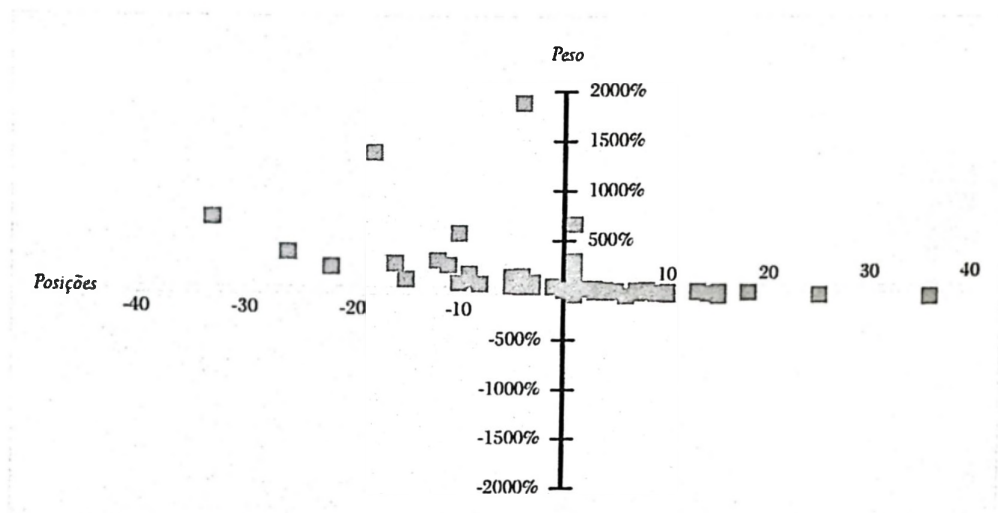
Evolução da Posição *versus* Evolução do Peso Relativo – Países



Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Anexo 31

Evolução da Posição *versus* Evolução do Peso Relativo – Sectores¹



¹ Esta figura não inclui o sector "Electricidade". Este sector ganhou treze posições (de 71 para 58) e o seu peso relativo

Anexo II

Quadro 1: Receitas do turismo

	Receita (mil milhões de USD)					
	1990	1995	2000	2002	2003	2004
Mundo	273,2	411,3	479,2	481,6	524,2	622,7
Países (21 maiores)	198,6	286,4	332,0	332,6	365,9	433,7
EUA	43,0	63,4	82,4	66,6	64,3	74,5
Espanha	18,5	25,3	30,0	31,7	39,6	45,2
França	20,2	27,6	30,8	32,3	36,6	40,8
Itália	16,5	28,7	27,5	26,7	31,2	35,7
Alemanha	14,2	18,0	18,7	19,2	23,1	27,7
Reino Unido	15,4	20,5	21,9	20,4	22,7	27,3
China	2,2	8,7	16,2	20,4	17,4	25,7
Turquia	3,2	5,0	7,6	11,9	13,2	15,9
Áustria	13,4	12,9	9,9	11,2	14,0	15,4
Austrália ¹	4,1	7,9	8,5	8,6	10,3	13,0
Grécia ¹	2,6	4,1	9,2	9,7	10,7	12,9
Canadá	6,3	7,9	10,8	10,7	10,5	12,8
Japão	3,6	3,2	3,4	3,5	8,8	11,2
México	5,5	6,2	8,3	8,9	9,4	10,8
Suíça ¹	7,4	9,5	7,8	7,9	9,2	10,4
Holanda	4,2	6,6	7,2	7,7	9,2	10,3
Tailândia	4,3	8,0	7,5	7,9	7,8	10,0
Bélgica	3,7	4,5	6,6	6,9	8,2	9,2
Hong Kong	5,0	9,6	7,5	7,5	7,1	9,0
Malásia	1,7	4,0	5,0	7,1	5,9	8,2
Portugal	3,6	4,8	5,2	5,7	6,6	7,8

¹ Dados referentes a 2003.

Fonte: ICEP, Setembro de 2005.

Quadro 1: Receitas do turismo

		Taxas médias de crescimento anual		Entradas turistas (milhares)	Receita média por turista (USD)
		1990-2004 ¹	2000-2004	2004	
Mundo	100,0	6,1	9,1	763235	816
Países (21 maiores)	69,6	5,7	9,3	485617	893
EUA	12,0	4,0	-2,5	46077	1616
Espanha	7,3	6,6	10,8	53599	844
França	6,6	5,2	7,3	75121	544
Itália	5,7	5,7	6,7	37071	962
Alemanha	4,4	4,9	10,3	20137	1373
Reino Unido	4,4	4,2	5,7	27755	984
China	4,1	19,1	12,2	41761	616
Turquia	2,6	12,1	20,1	16826	944
Áustria	2,5	1,0	11,5	19373	792
Austrália ¹	2,1	8,6	11,2	4354	2370
Grécia ¹	2,1	12,1	8,7	13969	769
Canadá	2,1	5,2	4,5	19150	671
Japão	1,8	8,5	35,0	6138	1825
México	1,7	4,9	6,7	20618	522
Suíça ¹	1,7	2,5	7,5	6530	1407
Holanda	1,6	6,7	9,2	9646	1064
Tailândia	1,6	6,2	7,6	11651	861
Bélgica	1,5	6,7	8,6	6710	1369
Hong Kong	1,4	4,2	4,7	21811	413
Malásia	1,3	12,1	13,1	15703	522
Portugal	1,3	5,8	10,4	11617	670

¹ Dados referentes a 2003.

Fonte: ICEP, Setembro de 2005.

Anexo III

Quadro 1 – Países de elevado dinamismo importador entre 1993 e 2003

Importador	Ev. Posição	1993	2003	Ev. Peso
EUA	0	1	1	9,43%
China	-6	11	5	82,75%
UEBL	-1	9	8	6,73%
Espanha	-1	12	11	34,42%
Coreia do Sul	-1	13	12	8,65%
México	-3	17	14	13,47%
Suécia	-2	22	20	2,15%
Diversos	-2	24	22	11,34%
Malásia	-2	25	23	0,77%
Rússia, fed.	-2	26	24	1,40%
Índia	-9	34	25	50,82%
Turquia	-2	30	28	13,49%
Polónia	-10	39	29	64,80%
Irlanda	-6	38	32	31,80%
República Checa	-12	45	33	81,51%
Grécia	0	37	37	1,45%
Hungria	-9	47	38	80,07%
Finlândia	-3	42	39	25,17%
Filipinas	0	41	41	9,07%
União Sul-Africana	0	43	43	0,76%
Indochina	-16	62	46	106,36%
Ucrânia	-4	51	47	21,68%
Roménia	-11	60	49	89,96%
Eslováquia	-11	61	50	76,89%
Outros Europa Meridional	-3	54	51	8,15%
Nova-Zelândia	-3	55	52	4,33%
Nigéria	-3	58	55	4,73%
Eslovénia	0	59	59	11,34%
Croácia	-3	64	61	40,37%
Bielorrússia	-6	69	63	52,04%
Bulgária	0	65	65	9,35%
Lituânia	-6	72	66	140,23%
Cazaquistão	0	67	67	16,12%
Estónia	-8	78	70	248,86%
Sérvia-Montenegro	-3	75	72	118,46%
Letónia	-3	77	74	150,17%
Bósnia-Herzegovina	-5	81	76	191,15%
Albânia	-1	80	79	32,27%
Quirguizistão	-1	82	81	24,52%

Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Quadro 2
Produtos de elevado dinamismo nas importações dos EUA (1993-2003)

Produtos	Ev. posição	1993	2003	Ev. peso
Auto. partic. (FT)	0	1	1	0,87%
Petróleo bruto (IB)	0	2	2	22,09%
Equip. telecom. (FN)	-7	12	5	30,06%
Art. trans. misc. (EE)	-3	9	6	0,84%
Hardware misc. (FB)	-3	10	7	4,26%
Motores (FC)	-3	11	8	3,40%
Quím. org. base (GC)	-10	20	10	47,77%
Prod. farm. (GF)	-27	38	11	251,16%
Pr. ref. petr. (IH)	-3	16	13	15,27%
Têxtil lar (DC)	-4	19	15	29,17%
Instr. medida (FI)	-6	22	16	27,35%
Gás natural (IC)	-11	29	18	82,46%
Móveis (EB)	-9	31	22	82,97%
Art. plást. (GH)	-2	25	23	22,17%
Equip. electr. (FQ)	-4	33	29	15,02%
Bebidas (KH)	-5	35	30	20,63%
Equip. Constr. (FF)	-1	34	33	6,47%
Electrodomésticos (FP)	-5	39	34	18,08%
Tapetes (DD)	-6	41	35	44,07%
Prod. madeira (EA)	-6	43	37	54,28%
Prod. higiene (GE)	-1	42	41	29,59%
Cimento (BA)	-19	63	44	275,18%
Cons. vegetais (KE)	-4	51	47	18,32%
Vidro (BC)	-4	52	48	0,87%
Açúcar (KF)	-6	55	49	27,23%
Impressão (ED)	-3	53	50	0,87%
Navios (FV)	-2	58	56	5,88%
Estrut. metal. (FA)	-8	68	60	115,27%
Prod. cereal. (KA)	0	61	61	47,79%
Carvão (IA)	-4	70	66	21,56%

Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Quadro 3
Produtos de elevado dinamismo nas importações da Espanha (1993-2003)

Produtos	Ev. posição	1993	2003	Ev. peso
Auto. partic. (FT)	0	1	1	14,79%
Comp. veículos (FS)	-2	4	2	24,62%
Prod. farm. (GF)	-12	17	5	88,42%
Art. plást. (GH)	-5	11	6	16,66%
Mat. eléc. (FR)	-2	9	7	4,69%
Ferro e aço (CA)	-7	18	11	45,36%
Mat. telecom. (FN)	-10	22	12	80,78%
Pr. ref. petr. (IH)	-1	15	14	3,94%
Veí. utilit. (FU)	-20	37	17	104,60%
Gás natural (IC)	-18	36	18	90,72%
Prod. higiene (GE)	-2	23	21	18,85%
Electr. cons. (FM)	-2	27	25	11,88%
Têxtil lar (DC)	-6	32	26	26,85%
Mat. Constr. (FF)	-14	42	28	74,03%
Móveis (EB)	-13	48	35	49,04%
Comp. eléct. (FL)	-5	43	38	14,96%
Equip. eléct. (FQ)	-7	46	39	22,02%
Min. não fer. (HB)	-4	47	43	2,04%
Navios (FV)	-19	64	45	115,26%
Obras madeira (EA)	-13	59	46	49,88%
Tabacos man. (KI)	-19	66	47	175,07%
Vidro (BC)	-2	51	49	1,28%
Equip. agríc. (FD)	-5	57	52	16,75%
Tapetes (DD)	-2	56	54	7,27%
P trans fer. (CB)	-6	62	56	19,74%
Prod. cereal. (KA)	-1	65	64	3,11%
Cimento (BA)	-1	67	66	8,75%
Electricidade (II)	-2	70	68	176,99%

Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

**Quadro 4 – Produtos de elevado dinamismo
nas importações da Europa Central (1993-2003)**

Produtos	Ev. posição	1993	2003	Ev. peso
Equip. eléc. (FR)	-6	7	1	71,03%
Hardware misc. (FB)	-3	5	2	48,44%
Art. plást. (GH)	-5	8	3	51,77%
Motores (FC)	-5	9	4	40,61%
Comp. veículos (FS)	-19	25	6	175,30%
Equip. inform. (FO)	-3	11	8	52,32%
Equip. telecom. (FN)	-10	20	10	64,52%
Prod. farm. (GF)	-1	12	11	26,68%
Ferro e aço (CA)	-4	17	13	24,87%
Comp. electrónico (FL)	-39	54	15	373,40%
Metais n. fer. (CC)	-4	24	20	17,18%
Equip. electr. (FQ)	-21	49	28	100,33%
Electrodomésticos (FP)	-5	34	29	25,23%
Art. borracha (GI)	-10	41	31	43,05%
Móveis (EB)	-5	39	34	17,90%
Electrónica Cons. (FM)	-15	51	36	40,59%
Vidro (BC)	-17	56	39	49,09%
Artigos madeira (EA)	-20	62	42	102,01%
Tapetes (DD)	-8	52	44	6,47%
Equip. agrícola (FD)	-10	55	45	10,93%
Electricidade (II)	-3	64	61	22,54%
Navios (FV)	-6	69	63	155,30%
Cimento (BA)	-1	65	64	32,93%

Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Quadro 5
Produtos de elevado dinamismo nas importações da Índia (1993-2003)

Produtos	Ev. posição	1993	2003	Ev. peso
Ouro não monet. (NB)	-57	61	4	8006,89
Óleos (KB)	-35	41	6	753,24
Equip. telecom. (FN)	-25	28	3	328,53
Equip. inform. (FO)	-21	29	8	171,24
Gás natural (IC)	-15	47	32	256,01
Coque (IG)	-163	54	41	264,03
Art. trans. ne. (EE)	-12	34	22	85,53
Electrónica cons. (FM)	-12	57	45	236,23
Tintas (GD)	-9	35	26	71,66
Móveis (EB)	-9	62	53	284,59
Açúcar (KF)	-9	68	59	540,99
Comp. veíc. (FS)	-8	38	30	68,78
Art. madeira (EA)	-7	64	57	216,55
Pr. agr. n. com. (JC)	-6	17	11	14,83
Equip. eléc. (FR)	-6	19	13	3,31
Fios (DA)	-6	26	20	47,48
Tapetes (DD)	-6	60	54	124,57
Min. não fer. (HB)	-5	30	25	50,90
Comp. electrónic. (FL)	-5	32	27	25,56
Electrodomésticos (FP)	-5	56	51	73,70
Quím. org. base (GC)	-3	8	5	0,71
Prod. farm. (GF)	-3	31	28	14,86
Min. fer. (HA)	-3	36	33	14,98
Bebidas (KH)	-3	59	56	21,60
Vestuário (DB)	-3	65	62	108,15
Têxtil lar (DC)	-2	67	65	161,83
Carnes (KC)	-2	69	67	121,53
Apar. óptica (FK)	-1	44	43	4,13
Impressão (ED)	-1	45	44	5,87
Petróleo bruto (IB)	0	1	1	125,61
Art. borracha (GI)	0	49	49	12,45
Auto. partic. (FT)	0	50	50	40,06
Conserv. anim. (KD)	0	70	70	56,61

Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Quadro 6
Produtos de elevado dinamismo nas importações da China (1993-2003)

Produtos	Ev. posição	1993	2003	Ev. peso
Comp. electrónic. (FL)	-27	28	1	732,59%
Equip. inform. (FO)	-13	15	2	279,66%
Equip. eléc. (FR)	-6	9	3	80,52%
Petróleo bruto (IB)	-8	12	4	150,59%
Quím. org. base (GC)	-7	16	9	148,99%
Apar. óptica (FK)	-23	35	12	275,72%
Prod. agric. não com. (JC)	-4	17	13	41,45%
Metais n. fer. (CC)	-12	26	14	67,01%
Outros prod. agric. (JB)	-37	52	15	773,76%
Papel (EC)	-3	20	17	16,01%
Instr. medida (FI)	-1	19	18	12,02%
Comp. veíc. (FS)	-3	22	19	16,67%
Min. fer. (HA)	-9	30	21	49,94%
Equip. eléct. (FQ)	-1	23	22	12,10%
Min. não fer. (HB)	-13	40	27	201,92%
Óleos (KB)	-10	39	29	80,50%
Prod. higiene (GE)	-5	36	31	34,00%
Tintas (GD)	-5	37	32	32,91%
Carnes (KC)	-9	43	34	75,05%
Gás natural (IC)	-26	61	35	444,62%
Vestuário (DB)	-4	41	37	9,08%
Vidro (BC)	-12	50	38	60,46%
Jóias (NA)	-11	51	40	57,08%
Quím. in. base (GA)	-11	54	43	55,00%
Têxtil lar (DC)	-4	48	44	12,34%
Art. borracha (GI)	-10	57	47	72,70%
Minérios Ne. (HC)	-17	65	48	359,05%
Móveis (EB)	-9	60	51	75,86%
Cons. veget. (KE)	-6	62	56	59,72%
Carvão (IA)	-7	66	59	56,45%
Ouro não monet. (NB)	-4	69	65	70,72%

Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

Quadro 7
Produtos de elevado dinamismo nas importações do México (1993-2003)

Produtos	Ev. posição	1993	2003	Ev. peso
Art. plást. (GH)	-4	6	2	48,11%
Equip. inform. (FO)	-5	9	4	77,05%
Comp. electrón. (FL)	-6	11	5	81,35%
Auto. partic. (FT)	-32	40	8	619,31%
Quím. org. base (GC)	-2	12	10	18,89%
Fio têxtil (DA)	-4	15	11	44,74%
Pr. ref. petr. (IH)	-4	19	15	33,99%
Prod. farm. (G)	-14	34	20	62,85%
Metais n. fer. (CC)	-2	23	21	2,26%
Cereais (JA)	-3	25	22	0,59%
Veíc. utilit. (FU)	-15	39	24	88,64%
Prod. higiene (GE)	-8	33	25	21,42%
Carnes (KC)	-4	30	26	13,93%
Art. borracha (GI)	-4	31	27	14,13%
Têxtil lar (DC)	-9	38	29	46,24%
Tintas (GD)	-3	35	32	2,27%
Cons. veget. (KE)	-11	47	36	80,25%
Vidro (BC)	-5	45	40	31,42%
Aduos (GB)	-7	49	42	39,78%
Gás natural (IC)	-5	50	45	11,15%
Prod. cereal. (KA)	-9	55	46	58,01%
Jóias (NA)	-7	54	47	54,71%
Min. não fer. (HB)	-11	62	51	140,67%
Açúcar (KF)	-7	63	56	72,41%
Min. fer. (HA)	-3	61	58	33,39%
Carvão (IA)	-6	65	59	221,88%
Navios (FV)	-2	67	65	127,12%
Petróleo bruto (IB)	-1	70	69	100,00%

Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

**Quadro 8 – Países de elevado dinamismo de
absorção das exportações portuguesas (1993 e 2003)**

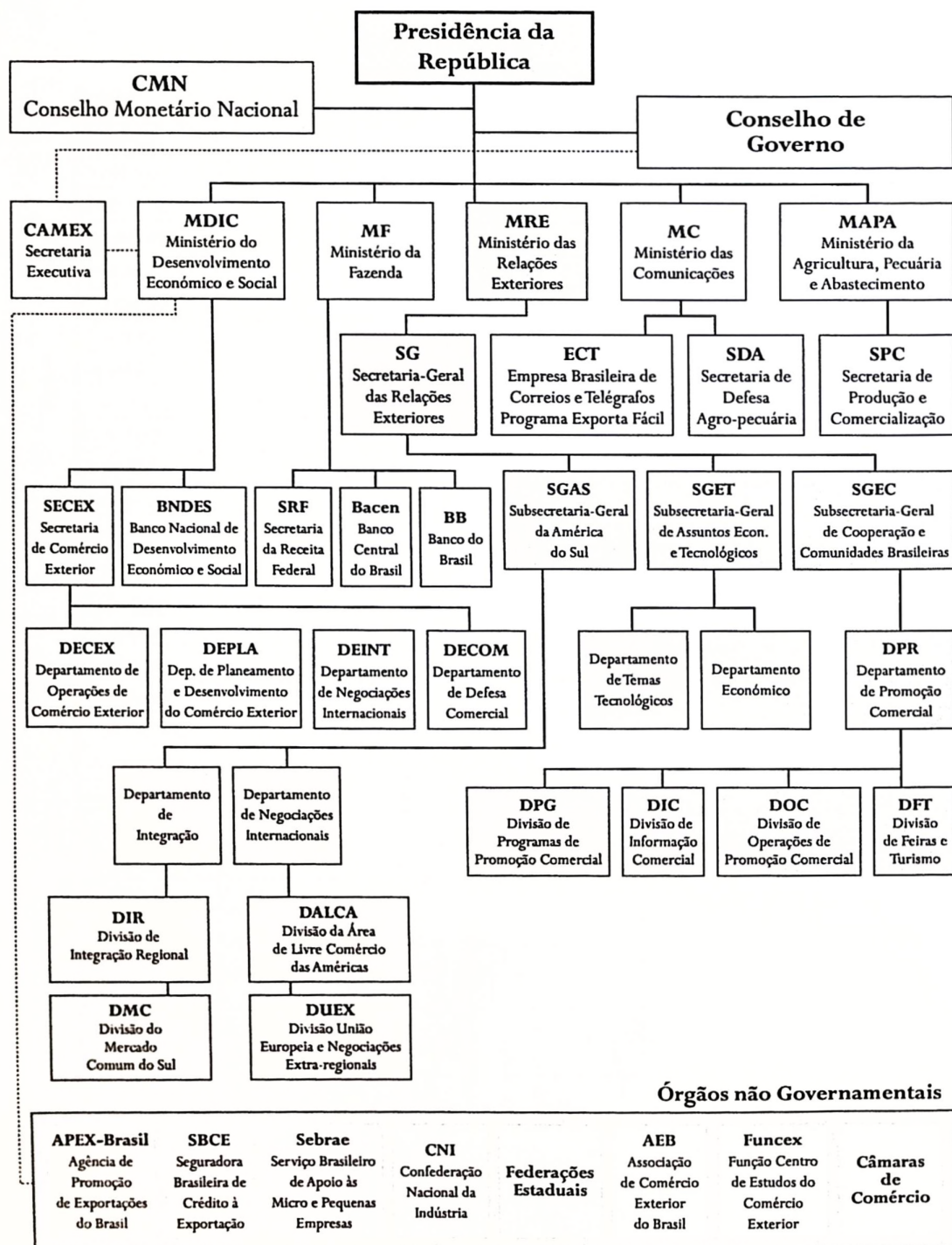
Países	Ev. posição	1993	2003	Ev. peso
Espanha	-2	3	1	58,23%
EUA	0	5	5	28,89%
UEBL	-2	8	6	41,29%
Itália	-2	9	7	44,27%
Irlanda	-5	22	17	42,50%
Polónia	-39	57	18	2176,35%
China	-12	32	20	161,33%
Turquia	-4	25	21	57,44%
Singapura	-17	40	23	289,13%
Marrocos	0	24	24	35,09%
Austrália	-3	28	25	51,53%
Hungria	-19	48	29	386,38%
Rep. Checa	-25	55	30	617,67%
México	-19	52	33	235,69%
Roménia	-26	60	34	1105,78%
Chile	-15	51	36	148,33%
Tunísia	-12	49	37	130,09%
Eslováquia	-16	62	46	951,16%
Egipto	0	50	50	4,22%
Bulgária	-5	56	51	107,23%
Gabão	-11	64	53	1130,11%
Lituânia	-18	75	57	5800,12%
Estónia	-6	69	63	715,23%
Croácia	-8	72	64	1418,01%
Letónia	-8	74	66	3107,71%
Outros CEI	-2	70	68	566,12%
Indonésia	-8	77	69	4214,25%
Bósnia-Herzegovina	-5	78	73	3241,06%

Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.

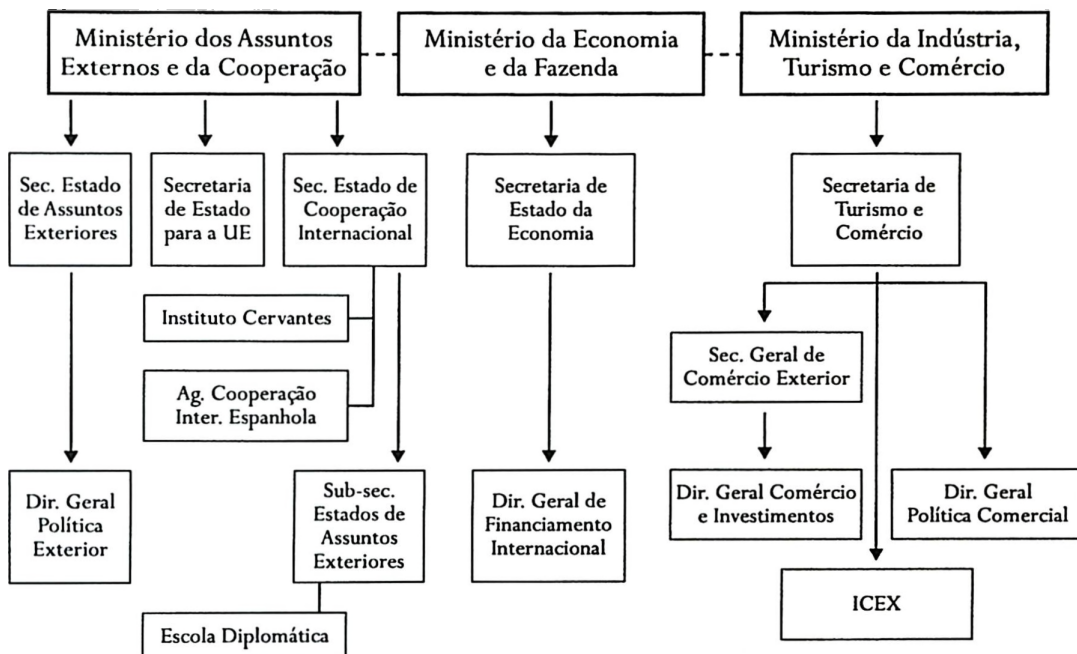
Quadro 9
Produtos de elevado dinamismo exportador (1993-2003)

Produtos	Ev. posição	1993	2003	Ev. peso
Auto partic. (FT)	-11	12	1	255,73%
Papel (EC)	0	5	5	4,40%
Hardware misc. (FB)	-3	9	6	36,09%
Comp. veículos (FS)	-9	17	8	109,24%
Art. plást. (GH)	-5	15	10	43,84%
Comp. electrón. (FL)	-26	39	13	386,02%
Equip. inform. (FO)	-33	48	15	732,06%
Móveis (EB)	-3	20	17	75,71%
Veíc. utilit. (FU)	-3	21	18	78,92%
Art. borracha (GI)	-22	44	22	235,33%
Ferro e aço (CA)	-5	28	23	67,02%
Prod. farm. (GF)	-15	40	25	113,51%
Ou. prod. agr. (JB)	-8	36	28	65,56%
Prod. higiene (GE)	-8	37	29	65,92%
Gorduras (KB)	-4	34	30	35,36%
Instr. medida (FI)	-10	45	35	76,58%
Obras metal. (FA)	-5	41	36	68,58%
Equip. telecom. (FN)	-1	38	37	38,63%
Metais n. fer. (CC)	-16	54	38	276,12%
Aeronáut. (FW)	-5	46	41	106,36%
Tintas (GD)	-1	43	42	32,85%
Mat. Constr. (FF)	-9	55	46	167,13%
Tabaco man. (KI)	-18	65	47	1388,54%
P. trans. fer. (CB)	-12	60	48	307,11%
Prod. cereal. (KA)	-5	56	51	128,33%
Aduos (GB)	-4	57	53	140,60%
Açúcar (KF)	-10	64	54	577,30%
Min. fer. (HA)	-5	61	56	138,46%
Electricidade (II)	-13	71	58	26447,66%
Gás natural (IC)	-4	66	62	1882,84%

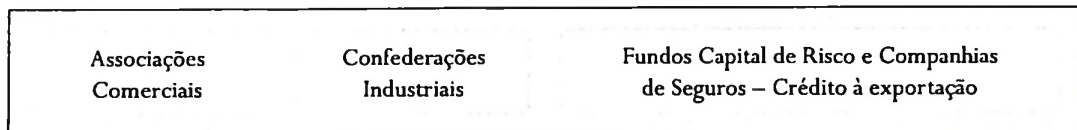
Fonte: Construção dos autores com base nos dados obtidos com o apoio do DPP.



Principais agentes da diplomacia económica espanhola

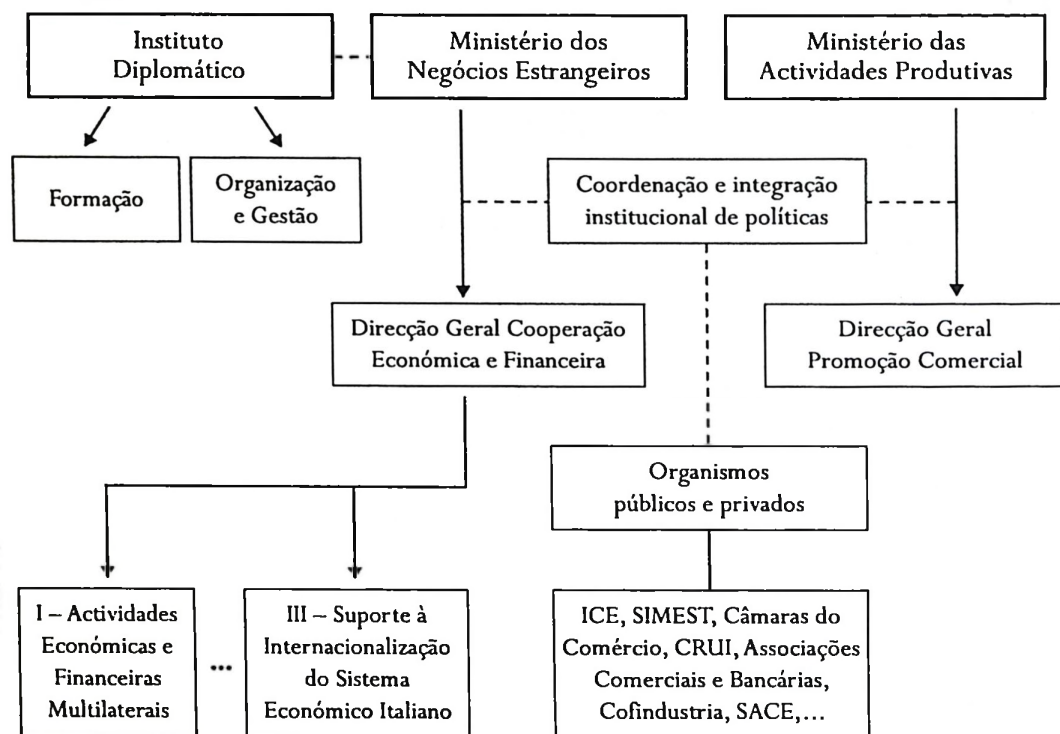


Organismos não Governamentais



Fonte: Construção do autor (esta figura não pretende ser exaustiva).

Principais agentes da diplomacia económica italiana



Fonte: Construção do autor.

Bibliografia

- **API** – Agência Portuguesa de Investimentos, Relatório e Contas. Anos de 2002 a 2004.
- _____ – Relatório Semestral, n.º 1 a 6.
- **Banco Mundial** (2004) – *Doing Business in 2004*.
- **Barata, I e Diogo, A.** (2000) – *Breve caracterização da Economia Espanhola*, GEPE – Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia. Lisboa. ISBN: 972-8170-63-7.
- **Barston, R. P.** (1997) – *Modern Diplomacy*, Longman. New-York-London.
- **Barr J. e Passarelli F.** (2004) – *Who has the power in the EU?*, Rutgers University. Newark Working Paper. January 22.
- **Baynes N. e Woolcock S.** (2003) – *The New Economic Diplomacy*, Ashgate. Hampshire-Burlington.
- **Brito, P. et al.** (2002) – *Experiências de Internacionalização – A Globalização das Empresas Portuguesas*, Centro Atlântico.

- . Campos, L. C. (2005) – *Da "Diplomacia Económica" à "Vertente Diplomática da Economia Internacional"*, CIARI – Centro de Investigação e Análise em Relações Internacionais.
- . Carrière, G. C. (1998) – *La Diplomatie Économique*, Economica. Paris.
- . CISEP e CEGEA (1999) – *A Internacionalização das Empresas Portuguesas: uma perspectiva genérica*, ISEG/UTL e Universidade Católica do Porto.
- . CNEL (2003) – *Audizione del Centro Europa Ricerche sul tema: "Stato e Prospettive della 'economia Italiana e Internazionale"*, Commissione Politica Economica. Roma, 16 de Abril.
- . _____ (2003) – *Professioni della moda e scenari globalizzati*, em colaboração com a Universidade do Sagrado Coração de Milão e AltaRoma.
- . _____ (2004) – *Alla Conferenza del Turismo Italiano*, Génova, 20-21 de Setembro.
- . Coolsaet, R. (2001) – *Historical Patterns in Economic Diplomacy, From Protectionism to Globalization, the case of Belgium*, International Studies Association. Chicago. USA.
- . Dominginhos, P. (2001) – *A Internacionalização das Empresas Portuguesas: Realidades e Desafios*, Leiria.
- . DPP (2003) – *O Investimento Português no Estrangeiro*, Departamento de Prospectiva e Planeamento. Lisboa.
- . Doz, I., Santos, J. e Williamson, P. (2001) – *From Global to Metanational*, Harvard Business School Press.
- . Eswar P. e Wei S. (2005) – *The Chinese Approach to Capital Inflows: Patterns and Possible Explanations*, Working Papers. FMI.
- . Eswar P., Rumbaugh, T. e Wang, Q. (2005) – *Putting the Cart Before The Horse? Capital Account Liberalization and Exchange Rate Flexibility in China*, Working Papers. FMI.
- . FMI – World Economic Outlook, Setembro de 2005 e Abril de 2006.

- . **Frattini, F.** (2004) – Discurso na Conferência sobre “A Competitividade do Sistema Italiano”. Roma, 29 de Julho.
- . **ICEP** – Relatório de Actividades, anos de 2002 a 2004.
- . **IECE et al.** (2003) – *Proyecto Marca España*, Asociación de Directivos de Comunicación, Foro de Marcas Renombradas Españolas, Instituto Español de Comercio Exterior e Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos. Cyan, Proyectos y Producciones Editoriales, S.A.
- . **Isard, W. e Azis, I. J.** (1999) – *A cooperative Analysis Procedure for Use by Diplomats and Negotiators: With a Proposed Step for Resolving Conflict on the Korean Peninsula*, Peace Economics, Peace Science and Public Policy. Vol. V.
- . **Iwami, T.** (2000) – *A Vulnerable Power in the World Economy: Japan's Economic Diplomacy and the Yen*, University of Tokyo.
- . **Lloyd, P. J.** (2002) – *New bilateralism in the Asia-Pacific*, in World Economy. Reino Unido: Blackwell Publishers Ltd.
- . **Magalhães, J. C.** (1996) – *A Diplomacia Pura*, Bertrand Editora. Lisboa.
- . **Malamud, C.** (2004) – *Spain and Latin America: Global vs. Bilateral Relations*, WP 58/2004.
- . **Maurice, S. e Winters, A.** (1997) – *Regional Integration as Diplomacy* – Papers on World Bank.
- . **Morgan, J. P.** (2004) – *China and The World Economy*.
- . _____ – *Global Economic Outlook*, Publicações Semanais ao longo de 2004 e 2005.
- . **Motty, A.** (2003) – *A diplomacia económica portuguesa – a formação de uma nova geração de “international trade promoters”*, CIARI – Centro de Investigação e Análise em Relações Internacionais.

- . **MRE** (2001) – *Temas de Promoção Comercial*, Volume I. Ministério das Relações Exteriores, Departamento de Promoção Comercial.
- . _____ (2002) – *Temas de Promoção Comercial*, Volume II. Ministério das Relações Exteriores, Departamento de Promoção Comercial.
- . _____ (2003) – *Temas de Promoção Comercial*, Volume III. Ministério das Relações Exteriores, Departamento de Promoção Comercial.
- . _____ (2004) – *Exportação Passo a Passo*, Ministério das Relações Exteriores, Departamento de Promoção Comercial. Brasília. ISBN: 85-98712-12-4.
- . **Muller, M.** (2000) – *South African Economic Diplomacy in the Age of Globalization*, International Studies Association convention, Los Angeles, USA.
- . **Neves, J.** (1997) – *Reestruturação de Empresas – papel das fusões e aquisições na internacionalização da economia*, VI Congresso dos ROC. UCP.
- . **Noya, J.** (2003) – *La Constitución y la imagen exterior de España*, Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos. ARI n.º 68/2003.
- . **OCDE** – Economic Outlook, Dezembro de 2005 e Maio de 2006.
- . **Peixoto, A. C.** (2002) – *O Brasil e a nova ordem mundial: os rumos da Política Externa Brasileira*, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
- . **Ponsati, C.** (2003) – *Economic Diplomacy*, in Journal of Public Economic Theory, 6(5); pp. 675-691. Blackwell Publishing, Inc.
- . **Rana, K. S.** (2003) – *Economic Diplomacy: Making the most Success*, in <http://in.rediff.com>.
- . **Roubini, N. e Setser, B.** (2005) – *China Trip Report*, University College. Oxford.
- . **Saner, R. e Yiu, L.** (2001) – *International Economic Diplomacy: Mutations in Post-Modern Times*, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'. Spencer Mawby. University of Leicester. ISSN 1569-2981.

- . Schiff, M. e Winters, L. A. (1996) – *Regional Integration as Diplomacy*, World Bank Draft. December.
- . Scott, N. (2003) – *Some Economic Dimensions of Contemporary Diplomacy*, Graduate Institute of International Studies, Geneva, Switzerland.
- . Simões, V. e Dominginhos, P. (2001) – *Portuguese Born Globals: An Exploratory Study*, 27.ª Conferência da EIBA. Paris.
- . Yeung, H. W. (2004) – *Strategic Governance and Economic Diplomacy in China: The Political Economy of Government-linked Companies from Singapore*, East Asia: An International Quarterly. Vol. XXI.

Webliografia

- > <http://www.braziltradenet.gov.br> <
- > <http://www.cidob.org> <
- > <http://www.eco.unicamp.br> <
- > <http://in.rediff.com> <
- > <http://www.esteri.it> <
- > <http://www.mae.es> <
- > <http://www.mne.pt> <
- > <http://www.mre.gov.br> <
- > <http://www.pralmeida.org> <
- > <http://www.realinstitutoelcano.org> <
- > <http://www.relnet.com.br> <