

Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Vanda Mónica Faustino Soares

**A promoção internacional dos interesses
portugueses: a *nova* diplomacia económica
no Grão-Ducado do Luxemburgo**



Universidade do Minho

Escola de Economia e Gestão

Vanda Mónica Faustino Soares

**A promoção internacional dos interesses
portugueses: a *nova* diplomacia económica
no Grão-Ducado do Luxemburgo**

Relatório de Estágio
Mestrado em Relações Internacionais

Trabalho realizado sob a orientação do
Prof. Doutor Luís Filipe Lobo-Fernandes
e do
Dr. Rui Gonçalves Monteiro

DECLARAÇÃO

Nome: Vanda Mónica Faustino Soares

Endereço eletrónico: soares.f.vanda@gmail.com

Número do Bilhete de Identidade: 13986151

Título do Relatório: A promoção internacional dos interesses portugueses: a *nova* diplomacia económica no Grão-Ducado do Luxemburgo

Orientadores: Prof. Doutor Luís Filipe Lobo-Fernandes

Dr. Rui Gonçalves Monteiro

Ano de conclusão: 2014

Designação do Mestrado: Relações Internacionais

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTE RELATÓRIO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, 29/ 10/ 14

Assinatura: _____

Agradecimentos

Manifesto a minha sentida gratidão a todos os que possibilitaram a realização desta experiência bem como aos que dela fizeram parte.

Em primeiro lugar, estou profundamente grata à minha família que me apoia em todos os momentos, bem como aos meus orientadores, o Sr. Prof. Doutor Luís Filipe Lobo-Fernandes, que acompanhou e supervisionou as várias etapas da elaboração deste relatório ao longo deste ano, e ao Senhor Cônsul e Conselheiro da Embaixada, Sr. Dr. Rui Monteiro, que apesar da sua agenda preenchida me ajudou a crescer a nível pessoal e profissional.

Em segundo lugar, à Senhora Embaixadora, Dr.^a Maria Rita Ferro, que sempre esteve disponível e me deu o máximo de apoio, tendo transmitido alguns dos seus preciosos conhecimentos.

Em terceiro lugar, manifesto o meu apreço aos membros da Administração da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa, Sr. Dr. Francis da Silva, Sr. Alexandre Bray e Sr. Manuel da Cunha por me deixarem participar em algumas reuniões e me esclarecem importantes dúvidas.

Em quarto lugar, aos diretores e gerentes dos principais bancos portugueses com representação no mercado luxemburguês (BCP, CGD, BES, BPI, CA) um agradecimento pelo tempo despendido com as entrevistas e disponibilidade para esclarecimentos adicionais aos senhores: Dr. António Mota, Dr. Pedro McCarthy da Cunha, Dr. António Carvalho, Dr. João Almeida, e Dr.^a Maria de Lurdes Gonzalez.

Por último, aos meus colegas na Embaixada e no Consulado-Geral de Portugal no Luxemburgo durante estes seis meses um agradecimento especial por me fazerem sentir integrada, bem como aos restantes amigos que de alguma facilitaram a minha adaptação à realidade luxemburguesa.

A promoção internacional dos interesses portugueses: a *nova* diplomacia económica no Grão-Ducado do Luxemburgo

RESUMO

Este relatório reflete as atividades desenvolvidas no âmbito de um estágio curricular de 6 meses (Novembro 2013-Maio 2014) na Embaixada de Portugal no Luxemburgo, incidindo sobretudo no papel desta instituição no relacionamento bilateral, bem como na sua relação privilegiada com os atores presentes neste mercado, nomeadamente empresários portugueses e instituições luso-luxemburguesas, especialmente a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa e a Câmara de Comércio Luxemburguesa. Assim, explanarei alguns exemplos das diversas modalidades de diplomacia económica referentes ao estudo de caso.

Neste contexto, somos conduzidos a refletir sobre a estratégia diplomática portuguesa, que desde 2006 conta com os escritórios da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP). Paralelamente, foram atribuídas pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros (MNE) novas funções às Embaixadas e Consulados, resultantes da parceria com o Ministério da Economia. Estes, enquanto agentes de diplomacia económica, devem apoiar a internacionalização das empresas portuguesas, na generalidade de dimensão pequena e média, facilitando a sua entrada nos mercados externos, e projetando uma imagem moderna do país, procurando o crescimento dos fluxos de investimento direto estrangeiro e do turismo.

Por fim, tendo em consideração o estudo de caso mencionado neste relatório, ou seja, as relações bilaterais Portugal-Luxemburgo procederei a uma análise na base da tipologia SWOT deste relacionamento.

Palavras-chave: Diplomacia, Diplomacia Económica, Diplomacia Comercial, Embaixada, estratégia diplomática portuguesa, Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa, Câmara de Comércio Luxemburguesa, Câmara de Comércio Luso-Belga, Luxemburguesa, AICEP

The international promotion of the portuguese interests: the *new* economic diplomacy in the Grand Duchy of Luxembourg

ABSTRACT

This report reflects the activities developed during the 6 months traineeship (November 2013-May 2014) at the Portuguese Embassy in Luxembourg, focusing particularly on the role of this institution in the bilateral relationship. As well as their privileged relationship with actors presents in this market, namely Portuguese entrepreneurs and Portuguese-Luxembourgish institutions, especially the Portuguese-Luxembourgish Chamber of Commerce and Industry and the Luxembourgish Chamber of Commerce. Therefore, I will give some practical examples of economic diplomacy related with this case study.

In this context, we should reflect about Portuguese diplomatic strategy that, since 2006, counts with the Foreign Trade and Investment Agency of Portugal's offices. Simultaneously, the Foreign Affairs Ministry attributed to Embassies and Consulates new functions, as a result of the partnership with Economic Ministry. Embassies and Consulates, as agents of economic diplomacy, should support the internationalization of Portuguese enterprises, facilitating their entrance in the foreign markets, and projecting a modern country's image, trying to develop the flows of foreign direct investment and tourism.

Finally, we have into consideration the case study that basis this report, the bilateral relations between Luxembourg and Portugal; I will make a SWOT analysis of this relationship.

Keywords: Diplomacy, Economic Diplomacy, Commercial Diplomacy, Embassy, Portuguese Diplomatic Strategy, Portuguese-Luxembourgish Chamber of Commerce and Industry, Luxembourgish Chamber of Commerce, Portuguese-Belgian-Luxembourgish Chamber of Commerce, AICEP

“Fifty years ago, as ambassador, I wouldn't be involved in business issues at all. But now they are absolutely high on my list”.

Lord John Kerr of Kinlochard,

Embaixador britânico nos Estados Unidos da América

(Setembro 1995-Setembro 1997)

“Diplomacia económica: atividade desenvolvida pelo Estado e entidades públicas fora do território nacional com o objetivo de obter contribuições necessárias à aceleração do crescimento económico, criação de novos mercados, e gerar emprego com qualidade em Portugal”.

Resolução do Conselho de Ministros nº152/2006

ÍNDICE DE CONTEÚDOS

Plano de estágio	xv
Quadro-síntese das principais atividades desenvolvidas durante o estágio	xxi
Introdução	28
Capítulo 1: Enquadramento teórico	
1.1 – A diplomacia na perspetiva das teorias das relações internacionais	33
1.2 – Diplomacia: tradicional e económica	34
1.3 - A <i>nova</i> diplomacia económica	39
1.4 - Diplomacia comercial vs. Diplomacia económica	44
1.5 - Diplomacia pública vs. Diplomacia privada: a importância dos novos atores transnacionais na nova dinâmica internacional: que complementaridade?	48
1.6 - Comércio internacional	51
1.7 - Os <i>papéis</i> das Câmaras de Comércio	53
Capítulo 2: Estudo de caso: Grão-Ducado do Luxemburgo - um olhar sucinto	
2.1 – Enquadramento e pertinência do estudo de caso	56
2.2 - Breve caracterização	57
A) Relance sobre o enquadramento político	59
B) A importância das centrais sindicais: OGB-L, LCGB	63
C) O papel das instituições	64
C.1) Câmara de Comércio Luxemburguesa	65
C.2) A <i>Grande Região</i>	66
C.3) Benelux	67

D) Política externa luxemburguesa	70
E) Evolução económica e financeira	72
2.3 - A importância da praça financeira luxemburguesa: o possível impacto da União Bancária no Grão-Ducado	75
Capítulo 3: A diplomacia económica bilateral: as relações económicas entre a República Portuguesa e o Grão-Ducado do Luxemburgo	
3.1- As relações económicas bilaterais	77
3.2- A Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa	80
3.3- Complementaridades entre os mercados português e luxemburguês	83
3.4- Potencialidades e oportunidades	87
3.5- A intervenção dos atores não-estatais na captação de investimento direto estrangeiro e na internacionalização das empresas portuguesas: As principais entidades bancárias: BES, CGD, Banque BCP, Crédito Agrícola e BPI	89
Capítulo 4: A atividade diplomática portuguesa no Luxemburgo	
4.1 - A <i>nova</i> estratégia seguida pelo MNE	95
4.2 - A AICEP	102
4.3 – A diáspora portuguesa e a sua importância na distribuição da rede diplomática	104
4.4- A estratégia diplomático-económica luxemburguesa: que perfil?	106
Conclusão	109
Notas finais	112
Referências bibliográficas	113
ANEXOS	120

Abreviaturas

ADEM: Agence pour le Développement de L'Emploi

AICEP: Agência Investimento e Comércio Externo de Portugal

API: Agência Portuguesa de Investimento

BCP: Banco Comercial Português

BES: Banco Espírito Santo

BPI: Banco Português de Investimento

BRIC: Brasil, Rússia, Índia, China

CA: Crédito Agrícola

CAG: Conselho de Assuntos Gerais

CAP: Confederação dos Agricultores Portugueses

CCL: Câmara de Comércio Luxemburguesa

CCLBL: Câmara de Comércio Luso-Belga-Luxemburguesa

CCILL: Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa

CGD: Caixa Geral de Depósitos

CEIE: Conselho Estratégico para a Internacionalização da Economia

CIVETS: Colômbia, Indonésia, Vietname, Egito, Turquia, África do Sul

CIEP: Confederação Internacional dos Empresários Portugueses

CNE: Conselho dos Negócios Estrangeiros

CSV: Chrëschtlech-Sozial Vollekspartei

DGACCP: Direção-Geral de Assuntos Consulares e das Comunidades Portuguesas

DGAE: Direção-Geral dos Assuntos Europeus

DGATE: Direção-Geral de Assuntos Técnicos e Económicos

DGPE: Direção-Geral de Política Externa

DP: Demokratesch Partei

ECOFIN: Conselho dos ministros da Economia e Finanças da União Europeia

GAID: Gabinete de Apoio ao Investidor da Diáspora

IAPMEI: Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

ICEP: Instituto de Comércio Externo de Portugal

LSAP: Lëtzebuenger Sozialistesche Aarbechterpartei

LCGB: Lëtzebuenger Chrëschtliche Gewerkschafts Bond

ME: Ministério da Economia

MNE: Ministério dos Negócios Estrangeiros

OGB-L: Onofhängege Gewerkschafts Bond Lëtzebuerg

ONG's: Organizações Não-Governamentais

UE: União Europeia

Plano de Estágio Curricular

*A promoção internacional dos interesses portugueses: a nova diplomacia económica
no Grão Ducado do Luxemburgo*

Tema: Enquadramento e justificativa

O estágio curricular proporcionado pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros – Instituto Diplomático - no quadro de um convénio com a Universidade do Minho visa sobretudo complementar os conhecimentos teóricos adquiridos com uma componente mais prática das relações internacionais, em particular no respeitante à diplomacia económica.

Neste âmbito, esta oportunidade de estágio pretende tomar conhecimento do esforço da diplomacia económica portuguesa no Grão-Ducado do Luxemburgo. Não esquecendo o facto de o Luxemburgo fazer parte de um dos grandes espaços económicos e monetários do mundo (a União Europeia). Deste modo, terei em atenção o papel central da Embaixada de Portugal no enquadramento e no desenvolvimento das relações económicas entre os dois Estados, especialmente no contacto que efetua com outras três entidades públicas.

Os objetivos gerais deste tirocínio serão: acompanhamento de dossiês, ligação entre as entidades, entre outras.

A diplomacia económica, tema geral no qual se insere o meu tirocínio, visa a condução das relações entre atores estatais, e não estatais. Essas relações encontram-se intrinsecamente ligadas a questões económicas internacionais. Nesta medida, a prática diplomática possui uma natureza multinível, dado derivar de processos de tomada de decisão a dois níveis: nacional e internacional. Sendo que as medidas tomadas produzem efeito internamente e além-fronteiras.

Esta atividade dinâmica acaba por verter-se em políticas relacionadas com a produção, o movimento, ou troca de bens, serviços, investimentos, dinheiro, informação e regulação (Bayne & Woolcock 2003, 8), sendo assim sensível aos desenvolvimentos que ocorrem nos mercados.

Importa salientar que a diplomacia económica pode seguir dois caminhos: a persuasão e acordo mútuo, ou o conflito.

A diplomacia económica foi fortemente influenciada por dois vetores: o crescimento da interdependência económica, e a luta contra o terrorismo resultante dos ataques que

ocorreram a 11 de setembro de 2001. Assim alguns autores consideram que, no início do século XXI surgiu uma “nova diplomacia econômica”.

Nicholas Bayne e Stephen Woolcock identificam cinco níveis de diplomacia econômica: unilateralismo (opção zero), bilateralismo (a maioria das relações diplomáticas são estabelecidas entre dois países, por exemplo: estudo de caso Portugal-Luxemburgo), regionalismo, plurilateralismo, e multilateralismo.

Quer as Relações Internacionais, quer a Economia Política Internacional vieram fornecer importantes quadros teóricos de análise para a diplomacia econômica, nomeadamente: teorias sistêmicas (realismo, estabilidade hegemônica, regimes ou instituições internacionais), abordagens centradas na sociedade (grupos de interesse), no Estado (estruturas institucionais), em ideologias ou ideias, e nos indivíduos.

Além destas abordagens mais ligadas à tomada de decisão a nível doméstico, surge uma análise multinível proposta por Putnam e a teoria da negociação sugerida por Odell.

A teoria da negociação de Odell explicita que existem zonas de acordo e pontos de resistência, sendo por isso necessária a negociação. Esta estratégia deve ter por objetivo encontrar potenciais soluções, destacando um “fronteira de possibilidades” dos benefícios que ambos podem obter se cooperarem.

Bayne e Woolcock identificam os atores que intervêm na diplomacia econômica: o Estado (ramo executivo, ramo legislativo, governo estadual/da província/local, agências reguladoras), os atores não-estaduais (grupos de interesse, uniões comerciais, organizações de consumidores), e os atores transnacionais (sociedade civil global, transnational business organisation, organizações internacionais, comunidades epistêmicas).

Os autores dividem a prática da diplomacia econômica em três fases: o processo de tomada de decisão doméstico, o período de negociações internacionais, e a interação entre o nível doméstico e internacional (recorrendo a estratégias de negociação – entre negociadores, explorando os conselhos divididos, intervenção de forças exteriores, intervenção política – Bayne & Woolcock 2003, 76).

As estratégias de negociação pretendem alcançar o caminho para conciliar as posições domésticas no contexto internacional, aumentando a zona de entendimento, satisfazendo os interesses próprios e dos seus parceiros.

Por fim, os autores destacam quatro estratégias de diplomacia económica, a saber: um maior envolvimento dos ministros, recorrer ao apoio dos atores não-estaduais, aumentar a transparência, usar as instituições como resposta ao avanço da globalização.

Problemática central:

A problemática que aprofundarei dentro da temática da diplomacia económica é a diplomacia económica portuguesa contemporânea, destacando o papel da Embaixada de Portugal no Luxemburgo enquanto plataforma de diálogo com outras três entidades públicas: a AICEP (Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal), a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa (CCILL), e a Câmara do Comércio Luxemburguesa (CCL).

A pergunta de investigação central será: que ligação existe entre estes quatro atores envolvidos na diplomacia económica? Que papéis desempenham a AICEP, a CCILL, e a CCL?

Os quatro atores estabelecem contato para promover o investimento e incentivar o surgimento de negócios entre Portugal e o Luxemburgo, aproveitando a relativa proximidade geográfica, e importância estratégica de ambos os países.

A AICEP pretende atrair o investimento estrangeiro e criar emprego em Portugal. Por sua vez a CCILL pretende fomentar as relações económicas entre Portugal e o Luxemburgo. Por último, a CCL é uma entidade ligada ao ministério dos negócios estrangeiros e europeus, tendo por missão divulgar avisos sobre os projetos de lei e regulamentos do grão-ducado, prestando também apoio às empresas luxemburguesas.

Relatório de estágio:

O conteúdo do relatório de estágio deverá fazer eco, de forma sistematizada, da experiência realizada nas suas múltiplas vertentes, explicitando a ação dos protagonistas envolvidos no processo de alargamento das relações económicas. O contacto privilegiado com as diferentes entidades e atores envolvidos permitirá, por sua vez, o aprofundamento das principais linhas de força e eventuais constrangimentos.

O documento de trabalho que resultará deste tirocínio pretende ainda situar a atividade da Embaixada e das entidades públicas no quadro conceptual e teórico das Relações Internacionais, tentando despertar as dimensões analíticas mais relevantes.

Bibliografia de referência:

Bayne, Nicholas & Woolcock, Stephen, *The new economic diplomacy: Decision making and negotiation in international economic relations*. United Kingdom: Ashgate, 2003.

Bergeijk, Peter, Okano-Heujmans, Maaïke, & Melissen, Jan, *Economic Diplomacy: economic and political perspective*. Netherlands: Martinus nijhoff publishers/Brill academic, 2011.

Costa, Carla Guapo, *New frontiers for economic diplomacy: some contributions on strategic issues based on the international conference “new frontiers for economic diplomacy”*, Lisboa: ISCSP, 2009

Quadro-síntese das principais atividades desenvolvidas durante o estágio

Novembro 2013	<p>20: Mostra de produtos nacionais medalhados, nomeadamente vinhos, queijos, azeite, enchidos, e doces regionais, na residência oficial da Embaixada, numa iniciativa conjunta entre a AICEP e a CAP. Esta iniciativa sucedeu ao evento organizado no dia anterior em Bruxelas, tendo por objetivo a promoção dos produtos alimentares nacionais, e estabelecimento de contactos entre os produtores lusos e gerentes das grandes superfícies comerciais, de restaurantes, e de lojas gourmet.</p> <p>21: Visita da SEXA Embaixadora, e do Sr. Cônsul geral e Conselheiro da Embaixada, à sede do LCGB. Durante esta visita, que contou com a presença do presidente, Patrick Dury, bem como de toda a direção da referida central sindical foi apresentado o Info Center, além disso foram debatidos os resultados provisórios das eleições sociais¹, e a questão do voto dos estrangeiros residentes nas legislativas.</p> <p>23: Visita à Bexeb – na qual acompanhei o Sr. Cônsul e Conselheiro da Embaixada, Dr. Rui Monteiro. Nestas instalações ocorria uma degustação de vinhos e prova de produtos gastronómicos portugueses, com a presença do Sr. Manuel da Cunha, proprietário da mesma e membro da direção da CCILL.</p> <p>30-31: Bazar Internacional do Luxemburgo.</p>
Dezembro 2013	<p>5: <i>Briefing</i> que antecede o ECOFIN.</p> <p>9: Conferência subordinada ao tema “Portugal Attractiveness for Investors” e apresentação dos novos regimes fiscais de incentivo ao investimento direto estrangeiro (ARI e NHR), na sede da EY (Ernst & Young) Luxembourg, numa iniciativa conjunta com o BES, à qual assisti acompanhando o Sr. Dr. Rui Monteiro.</p>

¹ Eleições para a Câmara dos Assalariados. Para mais informações relativas a este organismo consultar: www.csl.lu.

	13: <i>Briefing</i> que antecede o CAG e CNE.
Janeiro 2014	<p>14: Almoço de negócios com o presidente da CCILL, Dr. Francis da Silva, Alexandre Bray, membro da direção, e Sr. Cônsul e Conselheiro da Embaixada.</p> <p>15: Receção na residência oficial da Embaixada ao Sr. Presidente da Comissão Europeia, Dr. José Manuel Durão Barroso, na qual esteve presente o ministro luxemburguês da Justiça, Dr. Félix Braz, bem como o presidente do Tribunal de Contas da UE, Dr. Vítor Caldeira. Além dos já citados, marcaram presença SEXA Embaixadora, e Sr. Cônsul e Conselheiro da Embaixada, assim como os representantes das associações portuguesas.</p> <p>Nas suas intervenções, quer o Sr. presidente, quer o Sr. ministro, referiram a importância do voto nas eleições europeias vindouras, tendo Félix Braz anunciado que todos os cidadãos residentes poderiam votar para eleger os deputados luxemburgueses ao Parlamento Europeu, anunciando a possibilidade de no futuro este direito se alargar às eleições legislativas.</p> <p>20: Esboço do inquérito a propor à CCILL.</p> <p>21: Visita às novas instalações da SOPINOR, a segunda maior empresa de construção de “capital português” presente no mercado luxemburguês.</p> <p>25: <i>Briefing</i> ECOFIN.</p> <p>28: Apresentação por parte da nova diretora da Agência para o Desenvolvimento do Emprego (denominada abreviadamente por ADEM), Isabelle Schlessler, das novas modalidades de apoio ao contato entre empresários e candidatos a emprego, e da nova agenda da CCILL para o ano 2014, por parte do Dr. Francisco Silva, contando com a assistência da SEXA Embaixadora e do Dr. Rui Monteiro, bem como de um grupo significativo de empresários lusos.</p>

<p>Fevereiro 2014</p>	<p>3: 17h30- reunião com o Dr. Francis da Silva, na sede da SGG, e com o Sr. Alexandre Bray tendo por objetivo abordar a proposta de inquérito e analisar a lista de empresas, por mim elaborada, de forma a avançar na sondagem.</p> <p>7: <i>Briefing</i> CAG e CNE.</p> <p>14: <i>Briefing</i> do ECOFIN;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apresentação da Air TV (novo canal em língua francesa) na residência oficial da Embaixada, que pretendia incluir no seu alinhamento um programa de divulgação da cultura e gastronomia portuguesas. Nesta iniciativa estiveram presentes os representantes dos principais bancos (BIL, BES, BCP), do Instituto Camões, Prof. Joaquim Prazeres, da CCPL, Comendador Coimbra de Matos, do Primavera, Sr. Rui Fernandes, e da Bexeb, Sr. Manuel Cunha. <p>20: Visita à Agência Central do Banque BCP e reunião com o Dr. António Mota (membro da direção).</p> <p>24: Visita ao escritório de representação da Caixa de Crédito Agrícola.</p> <p>25: Reunião com o Dr. Pedro McCarthy da Cunha, diretor da Caixa Geral de Depósitos, e visita das instalações da agência central e da agência em Esch-Sur-Alzette.</p>
<p>Março 2014</p>	<p>5: <i>Briefing</i> sobre o programa da presidência luxemburguesa do Conselho de Segurança das Nações Unidas.</p> <p>8: Apresentação, por iniciativa do BES, sobre oportunidades de investimento especialmente no setor do imobiliário em Portugal, com o apoio da Associação da Comunidade Portuguesa de Walferdange.</p> <p>11: <i>Briefing</i> sobre a situação política na Ucrânia e o posicionamento do governo luxemburguês.</p>

	<p>13: Conferência subordinada ao tema "The Institutional Framework of European Diplomacy", tendo como orador Dr. David O'Sullivan, diretor geral administrativo do Serviço Europeu de Ação Externa. Este evento decorreu no Edifício Weicker da Universidade do Luxemburgo, em Kirchberg.</p> <p>14: <i>Briefing</i> do CAG e CNE.</p> <p>15-16: Festival das Migrações, Culturas e Cidadania;</p> <p>- Presença e discurso do primeiro-ministro luxemburguês, Xavier Bettel, da ministra da família, da integração e da Grande Região, Corrine Cahen, e assistência da SEXA Embaixadora, Dr.^a Maria Rita Ferro, e do Sr. Cônsul e Conselheiro da Embaixada, Dr. Rui Monteiro.</p> <p>27: Reunião para a discussão dos contornos da missão económica luxemburguesa a Portugal, na residência oficial da Embaixada, com a presença da SEXA Embaixadora, do Dr. Rui Monteiro, do Dr. Gonçalo Homem de Mello (conselheiro económico da AICEP em Bruxelas), do Dr. Ian Cresswell (representante da Lux Innovation), da Dra. Vera Soares (representante do Ministério da Economia luxemburguês), e do Dr. Francis da Silva (diretor da CCILL).</p> <p>31: Conferência sobre o Parlamento Europeu na Maison de L'Europe, Dr.^a Sarah Blau foi a oradora (membro do gabinete do secretário-geral do PE).</p>
Abril 2014	<p>2: Reunião com o Dr. António Carvalho na agência central do BES;</p> <p>- Visita à Câmara dos Deputados, na companhia de SEXA Embaixadora, para assistir ao discurso sobre o Estado da Nação proferido pelo senhor primeiro-ministro, Xavier Bettel;</p> <p>3: Conferência sobre a Parceria Transatlântica para o Comércio e Investimento (TTIP) na Maison de L'Europe²;</p>

² Centro de Informação Europeia

	<p>5: Reunião do Comité de Direção da CCILL na “agência” do BCP em Bertrange;</p> <p>7: Conferência sobre o Conselho da Europa e Conselho da União Europeia, na Maison de L’Europe (orador: Jim Closs, membro do gabinete pessoal do secretário-geral do Conselho da Europa);</p> <p>11: <i>Briefing</i> sobre o CNE;</p> <p>- Almoço com o Dr. Diogo Quintela, diretor das infraestruturas e logística da União Europeia - diálogo sobre o Parlamento Europeu, e oportunidades de negócio para as empresas portuguesas na área da construção de novas infraestruturas de instituições europeias.</p> <p>23: “Conferência diplomática” na Câmara de Comércio Luxemburguesa com presença do diretor da mesma, Dr. Carlo Thelen, bem como do ministro da cooperação, Romain Schneider, e do presidente da CCILL, Dr. Francis da Silva.</p> <p>24: Conferência sobre o “Tribunal de Contas da UE” na Maison de L’Europe;</p> <p>- Conferência na Sacred Heart University sobre “The U.S. – Europe Free Trade Zone: "What is the potential?", tendo como oradores: SEXA Embaixadora do Reino Unido no Luxemburgo, Dr.^a Alice Walpole, e presidente da AMCHAM (Câmara de Comércio dos EUA), Dr. Paul Schonenberg.</p> <p>30: Conferência sobre o Banco Europeu de Investimento (BEI) na Maison de L’Europe, Dr. Guy Clausse foi o orador (diretor do BEI).</p>
Mai 2014	<p>3: Celebração do “Dia da Língua Portuguesa e da Cultura dos países da CPLP” (Comunidade de Países de Língua Portuguesa) no anfiteatro do Coque com a presença dos seguintes representantes diplomáticos: SEXA Embaixadora de Portugal, Dr.^a Maria Rita Ferro, SEXA Embaixadora de Angola em Bruxelas, Dr.^a Elizabeth Simbrão, e Encarregada de Negócios</p>

de Cabo Verde no Luxemburgo, Dra. Clara Delgado. Do painel de oradores também fizeram parte: o coordenador do ensino da língua portuguesa no Luxemburgo associado ao Instituto Camões, Prof. Joaquim Prazeres, o Pró-reitor do ISCTE, Prof. Doutor José Paulo Afonso Esperança³, Dr.^a Georgina Benrós de Mello, Diretora-Geral da CPLP, e Dr. José Cruz Vilaça, Juiz do Tribunal de Justiça da União Europeia, entre outros. Durante o evento foi analisada a relevância da língua como fator económico, bem como da comunidade lusófona presente no Luxemburgo, sendo o primeiro a decorrer num país em que a língua portuguesa não constitui uma língua oficial.

6: Conferência sobre “La montée des partis anti-UE et les élections européennes à venir”, na sede da Representação da Comissão Europeia no Luxemburgo, edifício Jean Monnet.

8: Conferência sobre “The EU and Russia – Ukraine, a border or a bridge?”, no BEI, tendo como orador Mr. Pat Cox.

9: *Briefing* do CAG e CNE.

10: Inauguração da *Foire de Printemps* na Lux Expo, na qual discursou o primeiro-ministro luxemburguês, Xavier Bettel, e o diretor da Lux Expo, Jean-Michel Collignon. Sua alteza real, o grão-duque herdeiro, Príncipe Guillaume de Nassau marcou presença. Após o término da cerimónia inaugural teve então a oportunidade de visitar esta feira internacional e de visitar os *stands* portugueses presentes – Caves au Porto Roi e Bexeb.

- *Fête de L'Europe* na Place Clairefontaine, presença de *stands* dos países-membros da EU e das instituições europeias; comparência do primeiro-ministro luxemburguês, Xavier Bettel, do ministro das finanças, Pierre Gramegna, e do ministro dos negócios estrangeiros e assuntos europeus, Jean Asselborn.

³ Editou em 2012 os livros “Potencial Económico da Língua Portuguesa” e “O Valor da Língua Portuguesa: uma Perspetiva Económica e Comparativa”.

14: Visita de cortesia à Câmara de Comércio Luxemburguesa na companhia da SEXA Embaixadora e do Cônsul-geral de Portugal e reunião com o diretor-geral, Dr. Carlo Thelen, e com a Dra. Anne-Marie Loesch, conselheira do departamento da internacionalização de empresas da CCL (responsável por vários mercados, entre eles o português). Durante esta visita foi abordada a missão económica que viria de facto a realizar-se no dia 10 de julho, tal como previsto.

A premissa deu origem ao “Fórum de Negócios Portugal-Luxemburgo: Oportunidades bilaterais de negócios no sector da logística” que reuniu Dr. Paul Schmit, Embaixador do Luxemburgo em Portugal, Dr. Carlo Thelen, diretor-geral da CCL, Dr.^a Vera Soares, representante do Ministério da Economia, Sr. Secretário de Estado das Infraestruturas, Transportes e Comunicação, Dr. Sérgio Monteiro, e Dr. José Vital, administrador da AICEP.

Introdução

A globalização e a liberalização dos mercados de serviços e capitais moldaram o mundo, transformando as relações internacionais. Podemos considerar, aliás, que nos encontramos perante uma nova ordem mundial⁴. Deste modo, os Estados viram-se impelidos a reconfigurar também a sua atividade diplomática. Assim, além da tradicional dimensão bilateral esta começou a desenvolver-se também a nível regional e multilateral.

A crescente interpenetração entre as esferas política e económica traduziu-se no surgimento de um comportamento neoprotecionista⁵ por parte da generalidade dos países desenvolvidos. Atualmente constata-se a existência de uma dicotomia entre o *Estado máximo* e o *Estado mínimo*, dependendo do grau de intervenção estatal na atividade económica. A redução da atividade estatal permite que novos atores privados, como as organizações não-governamentais e empresas multinacionais, assumam algumas das tarefas tradicionalmente entregues aos Estados.

Antes de mais situemos a diplomacia no quadro teórico das relações internacionais, numa perspetiva realista, enquanto instrumento da política externa⁶ do Estado, mediando as relações interestaduais e entre Estados e outros atores.

Um dos conceitos largamente difundidos em relações internacionais introduzido por Kissinger foi o de *realpolitik* segundo o qual a política externa se baseava na avaliação do poder por parte dos Estados e na promoção dos seus interesses, sendo esta a condutora da ação diplomática. O autor refere como exemplo a diplomacia de Bismark, que conseguiu evitar a guerra entre a Alemanha e a Rússia durante vinte anos, destacando a sua capacidade negocial.

As novas relações de poder suscitadas pelo surgimento de novos atores, como as organizações não-governamentais, e as empresas multinacionais, vieram ditar

⁴ Kissinger, Henry, *Diplomacy*. Trad. por Ana Simões et al. (Lisboa: Gradiva, 1994), 11-20.

⁵ Neoprotecionismo: teoria segundo a qual um Estado adota medidas que imponham barreiras ao comércio internacional, quer através de taxas alfandegárias, quer de controlos de qualidade, de forma a salvaguardar os seus interesses económicos.

⁶ Atividade que o Estado ou os seus representantes exercem fora das suas fronteiras políticas.

novas modalidades de diplomacia. Nesta medida, constatamos a existência de cinco níveis de ação⁷: unilateral, bilateral, regional, multilateral, e plurilateral.

Não obstante, dada a pluralidade de aceções para o conceito de diplomacia, poderemos considerar satisfatória a seguinte definição: arte de representação e promoção dos interesses de um Estado junto de outros Estados e organizações à escala global. Sendo que as relações diplomáticas visam o “envio de missões permanentes”⁸ que se efetuam por consentimento mútuo.

A nova realidade internacional é caracterizada por uma crescente importância dos mercados financeiros, e pela imposição da economia face à política. Nesta medida a relação entre a Embaixada e os grupos de interesse, como as Câmaras de Comércio, empresas e entidades bancárias adquire um novo dinamismo.

As economias emergentes estão a conduzir a recuperação mundial, sendo que a crise financeira que afetou alguns países ocidentais abriu caminho à ascensão económica do Oriente. Neste enquadramento, a China tornou-se a 2ª maior economia do mundo, o maior exportador, e o 2º maior importador⁹. Algumas previsões indicam que o comércio na Ásia deverá crescer no mínimo 36% até 2025, enquanto na União Europeia decrescerá de 40 para 23%¹⁰. Além dos BRIC fala-se num novo grupo de países emergentes o CIVETS¹¹. O surgimento destes novos mercados implicou o reaparecimento da diplomacia económica, na medida em que os países ocidentais começaram a enviar missões económicas mais frequentes rumo ao Oriente, o que demonstra uma tentativa de maior cooperação. Ao verificarmos a existência de uma maior influência dos governos nos mercados, podemos considerar que o auxílio destes facilita claramente a entrada de empresas nacionais (de dimensão pequena e média) nos mercados externos.

⁷ Bayne and Woolcock, *The new economic diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations* (United Kingdom: Ashgate, 2003), 15-17.

⁸ De acordo com Art. 2º da Convenção de Viena sobre as Relações Diplomáticas, 1961.

⁹ “World Trade Report: Factors shaping the future of world trade” (2013): 36-37, acessado a 26 de agosto, http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/world_trade_report13_e.pdf

¹⁰ Vergan, Maxime and Bleker, Henk, “Economic Diplomacy in a Changing World”. in *Economic Diplomacy: Economic and Political perspectives*, ed. Peter Bergeijk et al (Netherlands: Martinus nijhoff publishers/Brill academic, 2011), 171-186.

¹¹ Colômbia, Indonésia, Vietname, Egito, Turquia, África do Sul

Durante o meu tirocínio de 6 meses - cerca de 960 horas - tive a oportunidade de assistir a 10 *briefings*¹² preparatórios do Conselho de Assuntos Gerais e Conselho dos Negócios Estrangeiros, do ECOFIN, da Presidência Luxemburguesa da Organização das Nações Unidas, e sobre assuntos de política internacional (como por exemplo: a situação política na Ucrânia). Além disso, participei em 15 reuniões entre representantes portugueses e luxemburgueses, e 14 conferências sobre assuntos relacionados com a atualidade político-económica europeia. Por fim, assisti a quatro eventos públicos que possibilitaram o contato mais próximo entre os representantes diplomáticos e a Comunidade Portuguesa residente no Luxemburgo: o Bazar Internacional¹³, o Festival das Migrações, das Culturas e da Cidadania¹⁴, a Exposição “*Never for money, always for love*” no MUDAM¹⁵, e a Festa da Europa¹⁶.

O esforço desenvolvido durante o período de estágio contemplou ainda a elaboração de uma listagem de empresas (190), que não existia, bem como de um questionário desenvolvido no âmbito de um projeto conjunto da Embaixada com a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa cujo objetivo seria a realização de um estudo de opinião às empresas luso-luxemburguesas presentes neste mercado, porém a escassez de tempo e de recursos não permitiu a conclusão deste projeto.

É imperioso sublinhar que o enfoque deste relatório sobre o relacionamento económico e político entre Portugal e o Luxemburgo opera num quadro macrorregional. Este relacionamento bilateral é especialmente importante e pode permitir o reforço do panorama mais geral da integração europeia, dado que o seu

¹² Reuniões, que decorrem nas 28 capitais europeias, entre representantes do governo do país, pertencentes ao Ministério dos Negócios Estrangeiros ou Ministério das Finanças, e embaixadores ou conselheiros das Embaixadas acreditadas, preparando os conselhos de ministros.

¹³ Este evento tem por objetivo divulgar e apoiar projetos sociais.

¹⁴ Festival destinado a reunir todas as culturas presentes no Grão-Ducado, de forma a promover a interculturalidade, tão característica de um país que conta com cidadãos oriundos de cerca de 155 nacionalidades.

¹⁵ Estiveram envolvidos *designers* portugueses, quer na exposição, quer na organização do evento, que esteve em exibição de 23 de abril a 15 de junho, no Musée d’Art Moderne Grand-Duc Jean (MUDAM).

¹⁶ A Fête de L’Europe consiste na comemoração do Dia da Europa, ou seja, o dia em que se celebra o aniversário da Declaração Schuman, 9 de maio de 1950, que impulsionou a criação da Comunidade Europeia do Carvão e do Aço, que viria a dar origem ao que hoje conhecemos como União Europeia.

impacto como parceiro negocial requer a renúncia a alguma autonomia nacional e um crescente alcance da diplomacia comercial bilateral (Bergeijk 2011,4).

A embaixada é uma representação diplomática de um Estado junto de outro Estado, devidamente reconhecida e autorizada pelas Convenções de Viena – das Relações Diplomáticas (1961) e das Relações Consulares (1963). Data de 1891 o início oficial das relações entre Portugal e o Grão-Ducado do Luxemburgo, contudo apenas em setembro de 1974 ocorreu a acreditação do primeiro embaixador residente.

No âmbito deste estudo de caso tentarei responder a duas perguntas centrais:

- 1- Que ligação existe entre os quatro atores envolvidos na diplomacia económica?
- 2- Que papéis desempenham a AICEP, a CCILL, e a CCL?

Além destas, durante a investigação foram-me suscitadas três questões adicionais:

- a) Existe ou não uma *nova* diplomacia económica?
- b) Qual é o papel da embaixada na internacionalização da economia portuguesa?
- c) Qual o papel assumido pelos atores não-estatais, especialmente as entidades bancárias? Existe um paralelismo entre a estratégia diplomática portuguesa e o processo de internacionalização da banca?

Assim avançarei com três hipóteses:

H1- Sim, existe uma *nova* diplomacia, caracterizada pela participação dos novos atores não-estaduais, das organizações intergovernamentais e não-governamentais.

H2- A embaixada em parceria com a AICEP, e a CCILL promovem os interesses portugueses, redesenhando uma estratégia de apoio aos cidadãos aí radicados, bem como às empresas. Os quatro atores estabelecem contato para promover o investimento e incentivar o surgimento de negócios entre Portugal e o

Luxemburgo, aproveitando a relativa proximidade geográfica, e importância estratégica de ambos os países.

A AICEP pretende atrair o investimento estrangeiro e criar emprego em Portugal. Por sua vez a CCILL pretende fomentar as relações económicas entre Portugal e o Luxemburgo. Por último, a CCL é uma entidade ligada aos ministérios da Economia, das Finanças, e dos Negócios Estrangeiros e Assuntos Europeus, tendo por missão divulgar avisos sobre os projetos de lei e regulamentos do grão-ducado, prestando também apoio às empresas luxemburguesas.

H3- Os atores não-estatais, com destaque para as entidades bancárias desenvolvem uma ação de suporte às atividades da embaixada, enquanto membros da CCILL.

Na conceção deste trabalho foi adotada a metodologia qualitativa, recorrendo às seguintes técnicas: a recolha documental, a observação direta, e a realização de quatro entrevistas semiestruturadas. Optando pela adoção do método positivista e seguindo uma abordagem ao estudo de caso das relações bilaterais.

Deste modo, este relatório encontra-se dividido em quatro capítulos. No primeiro é desenhado um breve enquadramento teórico e revisão da literatura. O segundo alude ao enquadramento do estudo de caso, enquanto no terceiro capítulo se procede à análise das relações económicas bilaterais. O último capítulo foca-se na análise da nova estratégia diplomática portuguesa.

Capítulo 1: Enquadramento teórico

1.1 – A diplomacia¹⁷ na perspetiva das teorias das relações internacionais

O conceito de diplomacia foi abordado segundo diversas perspetivas teóricas das relações internacionais. Uma primeira define a diplomacia como instrumento da política externa do Estado, ou seja, é através dela que os Estados defendem os seus interesses. Outra perspetiva define-a como aliada para diluir o nacionalismo, maximizar a prosperidade, e fortalecer o cumprimento da lei (Kerr e Wiseman 2013, 58), ou seja, forma de acomodar os interesses e relações de poder de grupos e estados (Gilpin citado por Jönsson e Hall 2005, 16).

Na literatura é sugerida a existência de uma teoria diplomática ou Direito Diplomático, que se baseia nas convenções e entendimentos que regulam a conduta, direitos e deveres dos diplomatas profissionais. Esta teoria encontra os seus fundamentos na Convenção de Viena sobre as Relações Diplomáticas (1961) e na Convenção de Viena sobre as Relações Consulares (1963).

A diplomacia consiste, então, na arte de representar a soberania e conduzir as negociações entre Estados, prevenindo e resolvendo conflitos. O maior obstáculo que se pode opor a esta atividade é a existência de um poder hegemónico.

O objetivo por parte do MNE ao divulgar a oferta de estágio era o estabelecimento de um “ponto de contacto” entre membros da CCILL, membros da CCL e a Embaixada de Portugal, para a realização de iniciativas que promovam os interesses e uma imagem positiva do nosso país no Grão-Ducado. A Embaixada funciona então como importante ponte entre as diversas entidades luxemburguesas e nacionais.

¹⁷ O termo diplomacia foi referido pela primeira vez por Edmund Burke em 1796.

1.2– Diplomacia: tradicional e económica

A diplomacia tradicional ou antiga expressa a forma como os Estados conduzem as relações entre si e com outros atores, ou seja, reflete a prática da sua política externa. Se inicialmente poderíamos considerar que os Estados orientavam a sua ação para a proteção dos seus interesses, será discutível o atual ponto da situação. Pois, o novo contexto global tem impulsionado os Estados a abdicar em certa medida de parte dos seus interesses tendo em consideração a existência de assuntos globais, e crescente protagonismo assumido pelas organizações internacionais. Nesta medida, teremos em atenção o surgimento de novos atores, a difusão do poder, e o surgimento de um mundo multipolar.

Dada a pluralidade de definições sugeridas para o conceito de diplomacia, importa então proceder a uma análise do mais recente *estado da arte*.

Morgenthau (1990, 154) referiu que a diplomacia tem por objetivo a promoção dos interesses nacionais através de meios pacíficos, sendo que o poder de uma nação assenta na qualidade da mesma.

Segundo Bayne e Woolcock (2003, 5) a diplomacia pode ser definida como a “condução das relações entre Estados e entre Estados e outros atores”. Nesta medida, a diplomacia é multinível, implicando a tomada de decisões a nível doméstico e a negociação internacional.

Nesta lógica, os autores identificaram cinco tipologias de diplomacia: unilateral (ou opção zero), bilateral (entre dois Estados), regional (desenvolvida no seio das organizações internacionais regionais, como por exemplo: União Europeia, ASEAN, Mercosul, União Eurasiática), plurilateral, e multilateral (desenvolvida em fóruns como: a Organização das Nações Unidas). Deste modo podemos aferir que apenas dois destes cinco níveis podem ser considerados como relevantes: bilateral e multilateral.

Como anteriormente referi, atualmente não só os atores estatais intervêm a nível diplomático, como também os atores não-estatais (tais como grupos de interesse, ou multinacionais), e transnacionais têm uma palavra a dizer (como por exemplo: organizações internacionais, ONG's, Câmara de Comércio Internacional).

Berridge (2003, 69-70) define a diplomacia como a condução das relações entre Estados soberanos através de mediadores oficiais reconhecidos a nível doméstico e internacional, implicando o envio de missões diplomáticas para o estrangeiro. Deste modo, é o principal meio a que os Estados recorrem para comunicarem entre si.

Putnam, por sua vez, defendeu que a diplomacia é um “jogo a dois níveis”¹⁸, ou seja, é uma atividade que implica dois níveis de negociação – doméstico e internacional. Odell, por seu turno, referiu as diferentes estratégias de negociação baseada nas zonas de acordo e pontos de resistência (Bayne & Woolcock 2003, 42).

Saner e Yiu (2003, 3) sugeriram uma conceção mais inovadora do conceito de diplomacia, afirmando que esta atividade se prolonga à esfera privada. Nesta medida surgem novos intervenientes no processo diplomático, tais como: empresas e ONG's.

Por sua vez, Calvet de Magalhães¹⁹ (2005, 92) definiu o conceito de diplomacia *pura* considerando que esta é um dos instrumentos da política externa para o estabelecimento e desenvolvimento de contatos pacíficos entre os governos de diferentes Estados através de intermediários mutuamente reconhecidos, ou seja, agentes diplomáticos. Calvet afirmou, também, que além desta, a negociação direta, e a mediação constituem os restantes instrumentos.

O embaixador definiu também os principais elementos da atividade diplomática: representação (afirmação da presença ou de responsabilização

¹⁸ “Two level game”.

¹⁹ Antigo embaixador.

do Estado), proteção (dos interesses do Estado e dos cidadãos nacionais), informação (informar o governo do seu país acerca dos aspetos políticos, sociais e económicos mais relevantes do Estado no qual exerce funções), promoção (desenvolver relações entre Estados nos vários domínios), negociação (contato tendo por objetivo o concerto dos interesses comuns), e extensão externa do serviço público (missões diplomáticas e consulares). Estes elementos foram primeiramente reconhecidos nas Convenções de Viena sobre as Relações Internacionais (1961) e sobre as Relações Consulares (1963).

Maria Regina Mongiardim (2007, 27) referiu que a diplomacia consiste num conjunto de atividades, de práticas, de documentos, e de formalidades relativas às trocas e às negociações entre Estados. Deste modo, a atividade diplomática expressa e resume a arte de comunicação entre os Estados recorrendo a interlocutores.

A desintegração do mundo bipolar nas relações internacionais, causada pelo fim da Guerra Fria, impeliu os Estados a alterar o seu *modus operandi*, tendo por objetivo a defesa dos seus interesses económicos, adotando assim uma diplomacia económica. Esta constitui um instrumento de prevenção, resolução de conflitos, e de uma política económica internacional. Nesta medida, ao objetivo primeiro de manutenção da paz, reúne-se a procura da defesa dos interesses económicos.

A diplomacia económica *strito sensu* diverge da atividade diplomática genérica por envolver sujeitos privados, como as empresas multinacionais, ou as organizações não-governamentais. Podemos considerar então que esta constitui um instrumento da política económica.

A diplomacia económica, que tradicionalmente se ocupava das relações comerciais, hoje é muito mais abrangente, envolvendo a promoção do investimento, do turismo, o apoio a empresários nacionais, e a elaboração de estudos económicos e de mercado. Em suma, visa uma estratégia de internacionalização da economia suportada por uma rede dinâmica de

agentes diplomáticos e económicos, que implica a promoção e divulgação da marca nacional (*national branding*).

Até à data da 1ª Guerra Mundial (1914-18) a diplomacia baseava-se somente nas relações bilaterais, depois disso começaram a surgir as organizações internacionais, especialmente a Sociedade das Nações²⁰, que dariam o mote para a multilateralização da atividade diplomática.

A diplomacia multilateral é uma prática negocial que envolve três ou mais nações, num contexto formal, no seio das organizações internacionais, ou informal, no seio de grupos *ad hoc* como os G8 e os G20. Este tipo de atividade diplomática visa a criação de normas, a negociação de tratados internacionais, a resolução de conflitos e o avanço na cooperação internacional (Mahbubani 2013, 249-250). Esta constitui um instrumento e uma das expressões mais nítidas da governança global.

Esta nova modalidade diplomática depara-se então com alguns desafios, como por exemplo: acordos a nível multilateral são difíceis de alcançar e demoram mais tempo, dada a necessidade de gerir a divergência de posicionamentos de forma a alcançar uma decisão consensual. Deste modo, as soluções alcançadas abrangem apenas o mínimo denominador comum.

Logicamente, quando as negociações multilaterais falham os Estados conferem um maior foco aos acordos bilaterais, de forma a conseguirem avançar em algumas áreas-chave. Aliás, a diplomacia bilateral surge como a melhor opção para promover os interesses nacionais em largo espectro, desde a esfera comercial à cultural, dada a maior facilidade negocial.

Nesta medida, as atividades diplomáticas já não se restringem às questões internacionais e de segurança, abraçaram também objetivos económicos. O investimento direto estrangeiro surge assim como força poderosa na integração económica mundial. A atração deste investimento estimula a economia e cria emprego, recordemos os dois novos regimes fiscais adotados pelo governo português,

²⁰ Criada em 1919.

NHR (Non-Habitual Resident) e ARI (Autorização de Residência para Atividade de Investimento), mais conhecido por *Golden Visa*.

Contudo, Riordan (2003, 109) sugere que as embaixadas mantêm a mesma estrutura, tendo por funções: comunicação entre governos, relatório da situação política do país recetor, promoção comercial, proteção consular e concessão de vistos, devendo cultivar a influência política e mediática.

Ao analisarmos os conceitos de diplomacia tradicional e moderna deparamo-nos com duas designações: *Club diplomacy* e *Network diplomacy*. A primeira exprime o contexto mais elitista e secreto das relações diplomáticas antigas. Por sua vez o segundo propõe a existência de uma rede de atores públicos e privados envolvidos na atividade diplomática (Reinecke citado por Melissen 2005, 37).

1.3- A nova diplomacia económica

A crescente interdependência económica decorrente da abertura dos mercados, intensificada na última década do século XX, e a desvalorização das fronteiras originaram um novo desafio à atividade diplomática. Esta situação impeliu os Estados a reconfigurarem a sua atuação através da sua participação em organizações internacionais, como a Organização Mundial do Comércio, o Fundo Monetário Internacional, e a União Europeia. Esta adaptação gerou, então, um novo tipo de diplomata: o diplomata comercial ou económico. Este deve informar o seu governo sobre os assuntos com potencial interesse político-económico, de forma a não perder as oportunidades de negócio e cooperação.

A pertinência da nova corrente literária que defende a existência de uma nova tipologia de diplomacia económica justifica-se pelo surgimento de novos participantes nas relações globais, utilização das novas tecnologias, aceleração da globalização e internacionalização de certas políticas que anteriormente se cingiam ao contexto doméstico. As multinacionais, os grupos de interesse, e as organizações não-governamentais passam a poder desafiar o poder dos Estados devido à existência de recursos limitados.

Podemos considerar que a diplomacia económica se tem traduzido na manutenção de relações estáveis entre as maiores economias do mundo, devido ao seu grau de interdependência. Por outro lado, quando ocorrem situações conflituais, os Estados, no seio das organizações, decretam o uso de sanções económicas de forma a promover a ação/inacção de determinado país (por exemplo: sanções económicas à Rússia decorrentes da sua intervenção militar na Ucrânia). Os interesses económicos podem sobrepor-se aos políticos, e relegar questões que antigamente seriam consideradas prioritárias. A dependência económica acaba por conduzir à paz.

A nova diplomacia económica já não se desenvolve apenas entre Estados, sendo que surgiram novos atores nesta equação. Deste modo, podemos considerar que ocorre então em três dimensões: bilateral, regional, e multilateral.

Neste novo modelo sobressai o papel das embaixadas, dos consulados e dos escritórios de comércio baseada numa estratégia de promoção do país, captação do investimento, divulgação turística e tecnológica. Estas atividades estão relacionadas com o modelo de diplomacia comercial adotado.

Segundo Bayne e Woolcock (2003, 3) a diplomacia económica é o uso dos meios políticos para influenciar as negociações internacionais, com o objetivo de incrementar a prosperidade económica internacional, e o uso de influência económica para obter a estabilidade política. Assim, a diplomacia económica pretende influenciar as decisões ligadas às atividades económicas transnacionais para estimular o comércio e investimento internacionais²¹.

Segundo Peter Bergeijk (2011, 16) o Estado permanece como o ator primário de diplomacia económica. Sendo que a integração regional limita o alcance e a influência dos estados membros nas organizações internacionais, abrindo espaço para a diplomacia bilateral na Europa, porque não promove os interesses individuais.

Bergeijk (2011, 17) sugere que a diplomacia económica consiste na prossecução dos interesses nacionais por parte dos Estados através de meios pacíficos, envolvendo o emprego de instrumentos económicos de forma não coerciva.

Aliás considera que existem ciclos de diplomacia económica, na medida em que esta matéria ciclicamente surge na agenda política, nomeadamente depois de uma crise financeira. Quando a cooperação internacional não produz efeitos, os Estados recorrem de forma mais óbvia ao uso da diplomacia.

Deste modo, para ser bem-sucedido em diplomacia económica qualquer governo deve resolver os custos de oportunidade (trade-offs) de acordo com o balanço dos interesses nacionais e a sua estratégia de política externa em geral.

Bergeijk (2011, 23-30) alude brevemente aos quatro campos de literatura em que o conceito de diplomacia económica pode ser analisado:

²¹ Moons e Bergeijk “Economic diplomacy works: a meta-analysis of its effect on international economic flows” (paper apresentado MAER Colloquium, 5-7 September, 2013).

a) Relações internacionais: em que é associada às questões relacionadas com a segurança nacional, onde os interesses nacionais são estabelecidos em termos de estabilidade internacional;

b) Economia: enquanto instrumento para aumentar a prosperidade económica, em três perspetivas: comércio internacional, relações entre comércio e conflito ou cooperação, e perspetivas de estudos de negócio.

c) Economia política internacional: contexto em que surgem os conceitos de *trade ou commercial diplomacy* (diplomacia do comércio ou diplomacia comercial).

d) Negociação: diplomacia como instrumento que contribui para organizar a sociedade internacional, garantindo o balanço de poder e evitando o conflito de interesses.

Andrew Rose (citado por Bergeijk 2011, 106-120) identifica os tipos de representações externas: embaixadas, consulados-gerais, consulados honorários, escritórios de comércio, seções de embaixada, e outros escritórios. Apesar de todas serem igualmente efetivas, alguns estudos concluem que apenas as embaixadas e consulados gerais têm impacto económico, não só na prestação de serviços como no fluxo de exportações, provavelmente dada a sua dimensão e visibilidade. Rose concluiu que a abertura de uma embaixada ou consulado adicional está associada a um aumento de 6-10% no fluxo das exportações²².

Ao analisar o conceito de diplomacia económica deparamo-nos na literatura com a diplomacia comercial, que pode ser considerada o substrato desta, na medida em que historicamente as suas origens são profundamente comerciais, remontando à época dos Descobrimentos.

Bayne (citado por Bergeijk 2011, 187-188) refere que depois da crise financeira de 2008-09 os governos passaram a prestar mais atenção ao comércio internacional, surgindo a diplomacia financeira que tenta reconciliar várias tensões entre economia e política, pressão internacional e doméstica.

²² Rose , Andrew, “The foreign service and foreign trade: embassies as export promotion”, 2005, 13.

É então sugerida outra definição para o conceito de diplomacia económica “atividade do governo que apoia as transações económicas e o comércio ao negociar com governos, corpos internacionais, ou organizações multilaterais”. Sendo que estas negociações permitem melhorar o acesso ao mercado e melhorar o funcionamento dos mercados.

Segundo Kishan Rana (2002, 67) as relações económicas e comerciais são a questão central da diplomacia. Aliás refere que os países desenvolvidos e em desenvolvimento consideram a mobilização do investimento direto estrangeiro e a promoção das exportações como essência dos seus interesses, área na qual se destaca o papel assumido pelas embaixadas (Rana 2002, 68). Assim, Rana considera que a relação entre os EUA e a China nos últimos 20 anos constitui um exemplo de como a economia passou a ser uma força condutora das relações políticas, dada a aparente tensão e divergência de posicionamento.

Nesta medida Rana (2002, 82-85) distingue as múltiplas tarefas entregues às embaixadas enquanto promotoras das exportações e investimento:

1. Análise das exportações existentes entre o país acreditador e o mercado-alvo;
2. Ajudar pequenas empresas locais a exportar;
3. Fase promocional (fornecer dados sobre o mercado, contacto com importadores locais, visitar feiras, diálogo com outros atores, produzir estudos de mercado sobre os produtos com potencial interesse exportador);
4. Foco nos novos produtos;
5. Resolução de disputas comerciais;
6. Incentivar a realização de missões comerciais ou económicas (comprometimento da embaixada com a missão comercial desde a preparação do programa ao acompanhamento por oficiais da embaixada a sessões de negócios nas Câmaras de Comércio locais e em diversas cidades para maximizar o impacto);

7. Encontros vendedor-comprador;
8. Participação no comércio justo (por exemplo: serviços B2B, ou seja, match entre compradores e vendedores promovidos pelas Câmaras de Comércio).

Rana (2002, 86) considera também que “todos os países são competidores na corrida pelo investimento direto estrangeiro, desde que esses investimentos sejam o melhor tipo de fluxos de capital, criando empregos, e estejam pela sua natureza “ligados” ao país de destino”. É neste contexto que a Embaixada deve desempenhar um papel de relevo, enquanto plataforma de contatos, contando com o suporte da AICEP. Também a promoção turística deve ser considerada prioritária, dada a oferta do país como destino atrativo para negócios.

Arjan de Haan²³ identificou, por seu turno, uma nova área da diplomacia económica: a ajuda ao desenvolvimento ou *aid diplomacy*, que nas suas palavras se transformou numa componente central e simbólica na política internacional desde a 2ª Guerra Mundial.

²³ Haan, Arjan “Development Cooperation as Economic Diplomacy?” in *Economic Diplomacy: Economic and Political perspectives*, ed. Peter Bergeijk et al (Netherlands: Martinus nijhoff publishers/Brill academic, 2011), 203-217.

1.4 - Diplomacia comercial vs. Diplomacia económica

A atividade diplomática comercial envolve três tipos de atores: as empresas multinacionais, os representantes das Câmaras de Comércio, e os governos, como sugeriram Saner e Yiu (2003, 3-13). Esta tem por objetivo apoiar a internacionalização da economia, prestando apoio às empresas nacionais, de pequena e média dimensão, na tomada de decisões de investimento, e da divulgação das oportunidades de negócio, promovendo uma ação competitiva. A existência de embaixadas, consulados, e de gabinetes de apoio à exportação traduz-se num importante pilar para as empresas que pretendem internacionalizar-se e desconhecem aqueles mercados. Berridge (2005, 133) definiu este conceito como “uso dos recursos das missões residentes para promover as exportações e o investimento direto estrangeiro”. Esta nova visão confere aos representantes dos ministérios dos negócios estrangeiros um novo papel de “vendedores” de uma imagem comercializável do seu país de origem.

O conceito *triangular diplomacy* introduzido por Susan Strange, em 1992, já mencionava a existência de três níveis de negociação: governo-governo, empresa-empresa, e empresa-governo. Contudo nesta análise faltavam mencionar as organizações internacionais.

Geza Feketekuty (2012, 1) defendeu que a diplomacia comercial visa influenciar a política externa do governo e as decisões reguladoras que afetam o investimento e comércio globais. Deste modo implica o diálogo entre homens de negócios, representantes das organizações não-governamentais e oficiais do governo. Sendo que esta atividade foca-se no fomento das trocas, área em que a Organização Mundial do Comércio desempenha um papel primordial.

Assim, o “diplomata comercial” é um profissional que defende os interesses de um Estado em questões de política económica, especialmente direcionadas para a captação de investimento direto e a promoção do comércio internacional, evitando conflitos políticos entre as nações em questões comerciais (Feketekuty 2012, 2). Se este estiver ligado a um grupo de pressão ou *lobby* terá como objetivo influenciar o governo de modo a obter resultados que satisfaçam os interesses de quem representa.

Assim, este terá como objetivo negociar, ou seja, estabelecer conversações com outros representantes acreditados.

Feketekuty e Procassini (2012, 217) referem os relacionamentos-chave dentro da diplomacia comercial: governo – negócios – grupos de interesse público. Cada um destes representantes tem por objetivo defender os interesses da parte que representa, pretendendo obter decisões favoráveis.

Sendo que o diplomata comercial acompanha as várias fases da formulação de uma política, desde a sua idealização até à tomada de decisão, pretendendo desenvolver os negócios, incentivando-os e desenvolvendo um papel de facilitador (Naray 2008, 2-3). Sendo que os governos encorajam a competitividade das suas economias com o objetivo de responder às oportunidades e ameaças dos mercados globais.

Feketekuty (2012, 111-115) refere os maiores acordos de comércio internacionais que se transformaram em instituições: a Organização Mundial do Comércio (substituindo o GATT), a União Europeia, a EFTA (European Free Trade Area precedeu a União Europeia e atualmente apenas integra quatro países – Islândia, Noruega, Liechtenstein, e Suíça), NAFTA, ASEAN, Mercosul, e COMESA.

Bergeijk (2011, 105), por seu turno, refere que a diplomacia comercial visa influenciar a política externa do governo e as decisões regulatórias que afetam o comércio e o investimento global.

O autor refere também que os diplomatas comerciais assistem as companhias ao exercerem influência política, desempenhando as seguintes funções: promoção do comércio e investimento; recolha de informação e apoio; assegurar os direitos de propriedade; influenciar a elaboração de política externa nacional defendendo os interesses das empresas nacionais.

Como menciona a alínea e) do Art. 3º da Convenção de Viena sobre as Relações Internacionais, as representações diplomáticas têm por objetivo “desenvolver as relações comerciais, económicas, culturais, e científicas entre o

Estado acreditador e o Estado recetor, além disso promover ligações amigáveis entre eles de acordo com as disposições da presente convenção”.

Olivier Naray (2008, 5) referiu que os diplomatas comerciais são representantes do Estado com estatuto diplomático que trabalham para a promoção do negócio entre o país de origem e o país recetor, verificando-se um estímulo para a internacionalização da economia.

Naray (2008, 10) formulou um quadro analítico do papel dos diplomatas comerciais segundo o qual este desempenha três funções-chave: papel de facilitador (coordena e fornece logística para encorajar a transação ou a sua preparação estabelecendo o contato entre exportador-importador), consultivo (recolha e análise de informação) e de representação (dos interesses económicos e negociais, comunicando e defendendo as posições e interesses do seu país).

Esta estratégia é desempenhada por Embaixadas e Consulados Gerais, ou seja, por diplomatas selecionados pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros (através de concursos públicos, no caso português), bem como por empresas multinacionais, organização internacionais e não-governamentais. Além disso, a diplomacia económica tem por objetivo garantir a segurança dos Estados, regulando a ordem económica internacional, e promovendo a cooperação internacional.

Esta atividade surgiu como consequência da crescente interdependência entre as economias nacionais, globalização económica, com o objetivo de evitar guerras económicas e superar contenciosos entre Estados.

A atividade diplomática económica multilateral é desempenhada pela Organização Mundial do Comércio, Fundo Monetário Internacional e União Europeia, e tem fracassado em algumas ocasiões devido ao conflito de interesses.

Podemos considerar que existem, atualmente, cinco vetores que influenciam a nova diplomacia económica: os agentes de natureza privada, as forças transnacionais, a desterritorialização da economia, a desvalorização das fronteiras, e a mundialização dos mercados.

Segundo Victor Marques dos Santos²⁴ é um fator determinante nos processos de implementação das ações de política externa visando a satisfação dos interesses nacionais, a nível político-económico, envolvendo assim a promoção da ligação entre o setor público e privado, apoiando o processo de internacionalização das empresas.

Segundo Naray²⁵ esta consiste num conjunto de atividades relacionadas com atividades económicas além-fronteiras efetuadas por Estados e atores não-estatais, versando três elementos: a política comercial (promover ou influenciar o comércio e o investimento internacional), o incremento da segurança económica (fortalecer os benefícios da cooperação e garantir relações políticas estáveis) e a promoção das negociações multilaterais.

A primeira difere da segunda dados os objetivos visados, todavia ambas constituem hoje duas faces da mesma moeda, envolvendo uma importante componente de negociação. Podemos considerar que a diplomacia comercial é um ramo mais especializado da diplomacia económica.

Façamos então um pequeno exercício de assimilação entre as práticas a que assisti e as correntes teóricas: as apresentações do BES sobre as oportunidades de investimento no setor imobiliário e a divulgação dos novos regimes fiscais ARI e NHR, a Foire de Printemps, a mostra de produtos nacionais na residência oficial, a organização da degustação de vinhos portugueses na Bexeb e a presença do seu *stand* em duas das maiores feiras organizadas no Luxemburgo (Festival das Migrações, Culturas e Cidadania e Foire de Printemps), a apresentação da Air TV, as reuniões preparatórias da missão económica a Portugal constituem exemplos de diplomacia económica. Por sua vez, as apresentações de livros, obras de arte, e a organização da quinzena de cinema português anualmente pelo Instituto Camões em parceria com a Embaixada constituem exemplos de diplomacia cultural. Por fim, a Festa da Europa constitui um exemplo de diplomacia comercial.

²⁴ Santos, Victor Marques dos, “Diplomacy, old and new on the concept of economic diplomacy” in *New Frontiers for economic diplomacy: some contributions on strategic issues based on the international conference*, ed. Costa, Carla Guapo da (Lisboa: ISCSP, 2009), 95.

²⁵ Naray, Olivier “Commercial diplomats in the context of International business” in *Economic Diplomacy: Economic and Political Perspectives*, ed. Peter Bergeijk et al (Netherlands: Martinus nijhoff publishers/Brill academic, 2011), 121-148.

1.5 -Diplomacia pública vs. Diplomacia privada: a importância dos novos atores transnacionais na nova dinâmica internacional: que complementaridade?

A diplomacia pública é a atividade desenvolvida pelos diplomatas que representam o governo nacional. Estes estão integrados em embaixadas e consulados sob o domínio do ministério dos negócios estrangeiros. Esta constitui um pilar para a formação e execução da política externa. Neste contexto os meios de comunicação servem de interlocutor entre o mensageiro e o recetor, moldando a opinião pública.

Berridge (2005, 179) define-a como “propaganda conduzida e orquestrada pelos ministérios dos negócios estrangeiros”.

Jean Melissen (2005, 11) definiu a diplomacia pública como um “instrumento utilizado pelos Estados para entender culturas, atitudes e comportamentos, construindo e gerindo relações, influenciando pensamentos e mobilizando ações para avançar nos seus interesses e valores”. Esta pode tomar três formas: parcerias público-privadas, *citizen diplomacy* (exemplo: Leonardo DiCaprio nomeado Embaixador da Paz para a ONU), e dimensão doméstica da diplomacia pública.

Melissen (2005, 16-17) identificou os objetivos da diplomacia pública: espalhar os seus valores universais, ou construir uma linha de defesa face ao criticismo externo da estratégia nacional. Esta atividade pode potenciar a cooperação internacional. O autor sugeriu o exemplo da *public diplomacy* norte-americana, marcada claramente por uma retórica pré e pós-11 de setembro.

Gyorgy Szondi (2008, 6) definiu o conceito de *public diplomacy* como: comunicação governamental dirigida a audiências estrangeiras para alcançar mudanças ou a públicos domésticos, justificando as decisões de política externa. O autor destaca o surgimento da *european public diplomacy* no séc. XXI, que inclui a participação de atores não-estaduais na diplomacia pública.

Szondi (2008, 4) definiu *nation branding* como aplicação de técnicas de comunicação e marketing para promover a imagem nacional, podendo ser interpretada como a dimensão económica da *public diplomacy*, ou dimensão pública da diplomacia económica.

Por sua vez, a *diplomacia privada* ou *diplomacia horizontal* está assente e é sustentada por objetivos públicos e do Estado em causa. Esta é então desenvolvida por entidades privadas tais como: organizações não-governamentais, Câmaras de Comércio, e empresas multinacionais.

No âmbito da noção de *diplomacia privada* é sugerida a existência de uma *corporate diplomacy* segundo a qual as grandes empresas, devido aos seus recursos económicos e capacidade humana, desenvolvem crescente atividade diplomática, na medida em que se estabelecem em diversos países, e o impacto das suas atividades se sente à escala global. Esta internacionalização permite a certas multinacionais aumentar o seu poder e legitimidade, tentando afirmar-se como representantes da sociedade, de forma a influenciar ou moldar a política nacional e internacional. Como referiu Muldoon “O Estado torna-se um membro da rede e não o topo da hierarquia”.

Ulrich Steger (2003, 6-7) definiu o conceito de *corporate diplomacy* como a capacidade de gerir sistematicamente e profissionalmente o ambiente negocial de forma a assegurar que o negócio é feito sem problemas. Steger definiu três etapas para esta atividade: construir um ambiente favorável, procurar alianças com associações industriais, analisar a responsabilidade civil da empresa.

Segundo Brian Hocking (citado por Melissen 2005, 196) existem dois modelos de diplomacia: o modelo hierárquico ou modelo centrado no Estado baseado nas relações intergovernamentais (entre uma variedade de atores que partilham interesses comuns e cooperam), ou o modelo de network, no qual defende a existência de redes que incorporam atores públicos e privados.

Szondi referiu que a diplomacia económica pretende promover a prosperidade nacional e conduzir a política económica externa dando um impulso nos esforços para a exportação e atrair investimento direto estrangeiro (cit. Hill 2003, 142) como por exemplo: União Europeia.

A difusão da teoria do Estado mínimo, e o desinvestimento nas estruturas de política externa, nomeadamente o fecho de embaixadas, é resultante da crise económica que afeta alguns país, como a Grécia, e Portugal. Sublinhemos que as

embaixadas e consulados são as únicas estruturas com dimensão para terem impacto económico influenciando atores públicos e privados além-fronteiras. Nesta medida podemos considerar que a diplomacia privada complementa a diplomacia pública.

Esta situação tem conduzido algumas empresas e bancos nacionais a assumir o patrocínio de certas atividades de promoção de Portugal, como destino turístico e de negócios. Neste ponto devemos ter em consideração o papel a desempenhar pelo Turismo de Portugal. Além disso temos assistido a um aumento das parcerias público-privadas, e a um plano consolidado de privatização das empresas.

1.6 - Comércio internacional

O comércio internacional é uma das áreas mais importantes em que a atividade económica se cruza com a atividade política, e na qual sobressai a interdependência crescente, sendo regulado atualmente pela Organização Mundial do Comércio, que sucedeu ao GATT. Podemos considerar que as transações internacionais possibilitaram o surgimento de novos atores, algo que conseqüentemente implicou a perda do monopólio da política externa por parte dos governos nacionais. Nesta medida, podemos destacar três correntes de pensamento mais influentes: liberalismo, protecionismo liberal e institucionalismo liberal.

O liberalismo advoga a liberdade de trocas com o exterior. Os principais propulsores desta teoria foram Adam Smith e David Ricardo.

Por sua vez, o protecionismo liberal situa-se entre o liberalismo e o protecionismo.

Por fim, o institucionalismo liberal defende que a existência de instituições facilita a cooperação, propicia a conclusão de acordos internacionais de liberalização do comércio e oficializa o regime internacional de comércio livre.²⁶

Para Peter Bergeijk (2011, 177) existe um número crescente de países que participam nas negociações para o comércio internacional, dada a emergência de novas economias com diferentes instituições e culturas. Deste modo, tal situação repercutir-se-á nas regras de comércio internacional. Os fluxos de investimento direto estrangeiro podem funcionar como força motriz para a integração económica mundial.

Este novo quadro internacional suscita então o surgimento em alguns países de um comportamento *neoprotecionista*, que os impulsiona a recorrer a instituições, como as agências de promoção internacional, departamentos económicos nas embaixadas, e escritórios de comércio destinados a promover as exportações²⁷. Um novo instrumento utilizado na estratégia diplomática consiste no envio de missões

²⁶ Guimarães, Maria Helena, *Economia Política do Comércio Internacional: Teorias e ilustrações*, (Cascais: Principia 2005), 79.

²⁷ Creusen, Harold and Lejour, Arjan, "Market entry and economic diplomacy". *Applied Economics Letters* 20 (2013) 504-507.

económicas a países que constituem potenciais mercados. Estes instrumentos constituem um elemento facilitador da entrada nos mercados externos, ou seja, da internacionalização da economia e de apoio aos interesses económicos do setor privado.

A diluição das fronteiras entre economia nacional e internacional implica uma gradual interdependência económica, ou seja, ocorre um incremento natural das trocas comerciais. Os fluxos comerciais internacionais influenciam e são também influenciados pela diplomacia económica, a nível bilateral e multilateral.

As Câmaras de Comércio desempenham um papel de promotoras do comércio internacional, agrupando as empresas e promovendo atividades de incentivo às trocas comerciais e à criação de *networking*.

1.7- Os papéis das Câmaras de Comércio

Neste contexto, o surgimento de Câmaras de Comércio ²⁸ enquanto “organismos independentes com *savoir faire* e proximidade aos agentes económicos” veio potenciar a internacionalização das economias.

As Câmaras de Comércio impulsionam os Estados e as empresas a procurar permanentemente novos mercados e espaços de atuação económica. Em países com menor dimensão territorial estas acabam por adquirir um papel mais relevante, uma vez que as economias nacionais vêm na internacionalização uma oportunidade de expansão, e uma vez que as empresas devido à sua pequena dimensão necessitam de um mecanismo de auxílio mais direcionado e robusto.

Antes de mais, importa explicitar que uma Câmara de Comércio é um organismo que representa os interesses das empresas privadas, ou seja, uma associação de empresários. Esta tem por objetivo prestar apoio às empresas nacionais à escala global, promovendo a sua internacionalização, estabelecendo relações comerciais e gerando oportunidades de negócio.

A Confederação Industrial dos Empresários Portugueses (CIEP) define quais os critérios para a formação de uma Câmara de Comércio:

- a) Ser uma entidade de referência no relacionamento empresarial entre Portugal e o país de acolhimento;
- b) Dar resposta às necessidades das empresas e seus associados, fomentando as trocas económicas entre Portugal e o país de acolhimento.

Uma Câmara é então uma “pessoa coletiva de direito privado local, sem fins lucrativos, cuja direção deve ser composta por empresários portugueses, luso-descendentes e locais”²⁹. Esta tem os seguintes objetivos:

- Promover e desenvolver relações comerciais e de negócios bilaterais;

²⁸ A primeira Câmara de Comércio surgiu no final do século XVI, em Marselha, França (“Chamber of Commerce in International Comparisons”, 2012, 4).

²⁹ Segundo a CIEP em: <http://www.ciep.pt/index.php/camaras-comercio/perfil-e-objectivos.html> [consultado a 28 de outubro de 2014].

- Criação de uma rede de relações empresariais e de *lobby* de negócio;
- Prestar apoio às empresas;
- Divulgar a imagem de Portugal e promover a captação de investimento direto estrangeiro;
- Colaborar com as entidades nacionais na defesa dos interesses gerais das empresas portuguesas e do país de acolhimento.

Segundo Mongiardim (2007, 399-406), as Câmaras de Comércio desempenham um papel similar ao dos conselheiros, porém mais vocacionado para as PME'S (pequenas e médias empresas), apoiando a sua internacionalização; reforçando o comércio bilateral; procurando captar investimento direto estrangeiro, e promovendo a imagem de Portugal no exterior.

As Câmaras de Comércio no Luxemburgo desempenham um papel bastante relevante, com destaque para a Câmara de Comércio Luxemburguesa, e, no plano das relações bilaterais, a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa (CCILL) e multilaterais, a Câmara de Comércio Luso-Belga-Luxemburguesa (CCLBL). Ao desenvolverem atividades que promovem a internacionalização das empresas, difundindo a imagem do seu país, e procurando atrair investimento direto estrangeiro, atuam em última instância como agentes diplomáticos, constituindo um importante apoio aos governos nacionais.

As Câmaras de Comércio encontram-se agrupadas a nível nacional, regional e mundial.

Começamos então por referir que a Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa (CCIP) foi criada em 1834, agrupando empresas de diversas dimensões, das PME's às multinacionais. A CIEP e a AICEP assinaram um protocolo de parceria que visa o reconhecimento da importância das Câmaras de Comércio portuguesas e bilaterais espalhadas pelo mundo. Deste protocolo resulta a redação de uma lista com os nomes e contactos das referidas entidades, que passarão, deste modo, a ser informadas quando existirem encontros promovidos pela AICEP.

A nível europeu foi fundada em 1958 a Eurochambres que é composta por 45 câmaras e pela Enterprise Europe Network.

Por fim, a International Chamber of Commerce (ICC) é uma organização não-governamental fundada por empresas e associações. Esta foi fundada em Paris no decorrer do ano 1919. A ICC possui estatuto consultivo da ONU, inicialmente fundada por indivíduos originários de 5 países hoje conta com empresários de mais de 150 nacionalidades. No seio desta foi criada a World Chambers Federation que reúne cerca de 12 000 câmaras de comércio, formando uma rede global. Esta organização é responsável pela gerência de documentação (por exemplo: produz pequenos manuais de aconselhamento sobre as melhores técnicas de negociação a aplicar a cada mercado) e certos procedimentos relevantes para o comércio internacional (como por exemplo: mecanismos de resolução de disputas, desempenhando o papel de mediador de conflitos).

Capítulo 2: Estudo de caso: Grão-Ducado do Luxemburgo - um perfil sucinto

2.1-Enquadramento e pertinência do estudo de caso

Em primeiro lugar, devemos refletir sobre a geoestratégia do país. Nesta medida verificamos que o Grão-Ducado beneficia de uma posição geográfica central na Europa, possuindo fronteiras com duas das maiores potências económicas do continente, França e Alemanha. Além disso, este país tem sido caracterizado desde 1970 por um crescimento económico, proporcionado pelo *boom* da siderurgia, seguido do desenvolvimento da sua praça financeira.

Em segundo lugar, surgem dois vetores logicamente associados à pertinência do estudo de caso: o potencial económico, e o desenvolvimento do país. Neste quadro, destacam-se: o ambiente multicultural associado à presença de cidadãos nacionais de 155 países, o forte potencial de crescimento do PIB e a existência de uma política económica e fiscal atraente.

Em terceiro lugar, a estabilidade política do Grão-Ducado contribuiu também como um fator positivo para a atração de investimento. A estratégia económica do novo governo ilustra uma aposta clara na internacionalização da sua economia, para tal conta com o apoio da sua rede diplomática (conta com 33 Embaixadas no mundo, nomeadamente na China, no Brasil, nos EUA, e no Japão) estrategicamente distribuída em boa articulação com os escritórios de comércio e investimento (LTIO) e com duas importantes entidades luxemburguesas: a Câmara de Comércio e a Lux Innovation.

2.2 - Breve caracterização

De forma introdutória importa abordar pequenos contornos da história e geografia do país, dado que estes são vetores relevantes para um melhor entendimento do estudo de caso.

O Grão-Ducado do Luxemburgo viu a sua independência ser reconhecida pelo Tratado de Londres, em 1839. Contudo, ao longo da sua história viria a sofrer ocupações, nomeadamente por parte da Alemanha, durante as duas guerras mundiais.

Apesar da sua relativa pequena dimensão territorial são três as línguas oficiais no Luxemburgo: francês, alemão, e luxemburguês³⁰.

O desenvolvimento das atividades económicas, nomeadamente o *boom* no setor da siderurgia, impulsionou o incremento dos níveis de imigração nos anos 70, e veio a revelar-se como o vetor mais decisivo para o desenvolvimento económico do país.

Nas últimas três décadas tem sido o setor dos serviços, com destaque para a atividade financeira, o responsável pelo crescimento do país (cerca de 25% do PIB luxemburguês deriva desta atividade). A praça financeira luxemburguesa é caracterizada pela previsibilidade, especialização, e adaptabilidade. Cerca de 160 bancos têm sucursal na cidade do Luxemburgo. Este país é também considerado o maior gestor de fundos do mundo a seguir aos Estados Unidos da América, no montante de cerca de 2600 mil milhões repartidos por 4000 fundos.

O país procura agora diversificar as atividades económicas e orientar-se para novos setores como a logística, as eco tecnologias, e as tecnologias de informação e comunicação.

A população do país cifra-se em 549 680 habitantes,³¹ dos quais cerca de 45,3% são estrangeiros. A comunidade “estrangeira” com maior representação é a portuguesa, que ronda os 20%³², seguindo-se a comunidade francesa, italiana, belga e alemã.

³⁰ Desde 1985.

³¹ Dados referentes a 1 de Janeiro de 2014.

³² Cerca de 117 500 registos consulares numa estimativa de 110 000 inscrições ativas.

Não obstante, estima-se a entrada diária de cerca de 160 000 transfronteiriços no Luxemburgo³³, vindos sobretudo da França e da Bélgica. Estes cidadãos exercem a sua atividade laboral no Grão-Ducado e residem do outro lado das fronteiras. Este facto impulsionou o governo luxemburguês a encetar uma cooperação mais estreita com os países fronteiriços, dando origem à *Grande Região* (que compreende a Wallonie, a Lorraine, a Saarland, a Rhénanie-Palatinat, e a comunidade germanófono da Bélgica). A denominada Grande Região conta com 11 milhões de habitantes, ou seja, consumidores. Importa salientar o empenho do governo luxemburguês neste fórum de cooperação, dada a organização de encontros regulares entre o primeiro-ministro, Xavier Bettel, a ministra da Integração, Corine Cahen, e os burgomestres das cidades capitais das referidas regiões.

³³ Dados apontados pelo Diretor da Câmara de Comércio Luxemburguesa, Dr. Carlo Thelen.

A. Relance sobre o enquadramento político

Ao longo dos seis meses em que acompanhei diariamente em diversas vertentes a atividade diplomática da Embaixada, com destaque para o setor económico, pude inteirar-me da situação político-económica luxemburguesa, da qual importa referir alguns aspetos. De salientar que tanto a SEXA Embaixadora como o Cônsul-Geral têm desenvolvido um programa de reuniões com personalidades da vida política e social luxemburguesa, tendo eu própria participado em alguns desses encontros.

Recorde-se que o Luxemburgo é uma monarquia constitucional, cujo chefe de Estado é o Grão Duque Henri (desde 2000). O atual primeiro-ministro é Xavier Bettel (desde Outubro de 2013).

Ao pensarmos na situação política recente do país deparamo-nos com duas fases: a primeira, particularmente longa no quadro europeu, que podemos apelidar de “período Juncker”, e uma segunda marcada pela chegada ao poder de Xavier Bettel (DP)³⁴.

Jean-Claude Juncker, do CSV³⁵, foi primeiro-ministro do Luxemburgo durante 18 anos. Em Julho de 2013, Juncker apresentou a sua demissão por ter sido associado a um escândalo relacionado com a supervisão do SREL (serviço de informações do Estado luxemburguês). Apesar do seu partido ter saído vencedor das eleições legislativas, que decorreram a 20 de Outubro de 2013, não conseguiu, contudo, alcançar uma maioria parlamentar que lhe permitisse formar governo, pois obteve apenas 23 dos 60 mandatos. Auscultadas as opiniões através de um mediador, constatou-se que nenhum dos partidos da oposição se mostrava disponível para formar coligação com o CSV. Nesta medida, três partidos (*LSAP*³⁶, *DP*, *Déi Greng*³⁷) decidiram coligar-se e apresentar a sua proposta ao Grão Duque Henri, que prontamente convidou Xavier Bettel, então burgomestre da cidade do Luxemburgo e líder do DP, a formar governo.

³⁴ Partido Democrata

³⁵ Partido Cristão

³⁶ Partido Socialista

³⁷ Os Verdes

O governo liderado por Bettel tomou posse a 10 de Dezembro de 2013. Esta coligação depara-se agora com uma nova situação: a crise que afeta a União Europeia parece começar a atingir a economia luxemburguesa.

Na companhia de SEXA Embaixadora de Portugal no Luxemburgo, Dra. Rita Ferro, tive a oportunidade de assistir ao debate sobre o “Estado da Nação”, que decorreu no dia 2 de Abril de 2014, na Câmara dos Deputados. Durante o seu discurso, o novo primeiro-ministro luxemburguês, apresentou as principais linhas orientadoras da ação do governo: combater o desequilíbrio orçamental e o desemprego, apoiar a praça financeira, melhorar a educação, e caminhar no sentido de uma simplificação administrativa.

Xavier Bettel referiu que a dívida do país se situava nos 11 mil milhões de euros, e alertou para a perda de receitas provenientes do comércio eletrónico (equivalentes a 5 a 7% das receitas do Estado). Neste sentido, referiu a necessidade de aumento da TVA³⁸ em Janeiro de 2015 (2% para três taxas, 15%, 12%, e 6% respetivamente, não se aplicando à taxa “super reduzida” de 3%). Tal medida será acompanhada de uma reforma fiscal anunciada para 2016, e de cortes que rondam os 231 milhões de euros no orçamento da administração pública.

O primeiro-ministro referiu também que “o nosso objetivo é ter uma praça financeira irrepreensível e de qualidade, mas vamos diversificar a nossa economia apostando nos sectores da logística, tecnologias da comunicação e da informação (TIC), eco tecnologias e investigação”. Referiu, por outro lado, a criação de um novo projeto “*111 company*” (uma empresa que pode ser constituída por uma só pessoa, num dia, com um custo de um euro), medida que visará então a facilitação da criação de novas empresas em território luxemburguês, constituindo um incentivo ao empreendedorismo.

Além disso, os valores do desemprego (7,3% em Julho de 2014, sendo que 20% na camada jovem), também preocupam o primeiro-ministro, que anunciou o reforço das competências da Agência para o Desenvolvimento do Emprego (ADEM). A falta de qualificação da mão-de-obra, e especialmente a questão da exigência

³⁸ IVA

linguística, conduziram Bettel a afirmar que “o Luxemburguês é a língua de integração”.

A preocupação com os problemas sociais não fica por aqui, prevendo-se um apoio a famílias jovens e monoparentais, um plano para o relançamento da natalidade, bem como a revisão do sistema social. O pacto de alojamento entre o Governo e os municípios, herdado do anterior executivo, deverá ser mantido. Prevê-se a possibilidade do casamento e adoção por homossexuais, bem como a despenalização do aborto.

A pressão que se faz sentir neste momento junto da praça financeira, devido ao processo de aprovação da Diretiva Poupança e do fim do sigilo bancário, previsto para 2015, também levaram o primeiro-ministro a manifestar o seu apoio ao setor financeiro, afirmando que, ao contrário do que os críticos possam afirmar esta poderá ser uma oportunidade para melhorar as suas competências e limpar a sua imagem de suspeição por eventual falta de transparência fiscal.

O Luxemburgo pretende desempenhar um papel importante no processo de internacionalização do renminbi, procurando tornar este país numa plataforma entre a América, a Europa, e a Ásia, transformando o Grão-Ducado num destino atraente para as multinacionais que operam no mercado chinês e que procuram financiamentos na moeda chinesa, e também para investidores internacionais que apostam na valorização do renminbi.

O “Bank of China Luxemburgo” lançou, em Maio de 2014, uma emissão de obrigações em renminbi (primeira emissão de uma entidade chinesa na zona euro), no valor de 1,5 mil milhões de euros, que deverá ser cotada na bolsa luxemburguesa. Tal emissão constitui um passo desta praça financeira para se aproximar do estatuto de Londres como centro de referência para os produtos de investimento chinês na Europa.

Encontram-se aqui instalados 3 grandes bancos chineses, aguardando-se a chegada de 4 novas entidades bancárias. Estima-se que 60% dos investimentos chineses na Europa deverão passar pelo Luxemburgo. Já aqui operam importantes empresas chinesas tais como a Huawei, e a HNCA que adquiriu 35% da companhia

aérea luxemburguesa de transporte de carga, Cargolux, uma das mais importantes do setor a nível internacional, por 120 milhões de dólares, noticiou um jornal local³⁹.

³⁹ Noticiou o *Le quotidien* a 24 de abril de 2014.

B. A importância das centrais sindicais: OGB-L, LCGB

Os sindicatos ocupam um lugar preponderante na vida socioeconómica, sobressaindo as centrais sindicais OGB-L e LCGB. Estes possuem um significativo poder persuasivo, bem como de mobilização, contando nas suas fileiras com secções portuguesas.

A *OGB-L*, de tendência mais à esquerda, é a maior central sindical presente no Luxemburgo, estendendo a sua atividade aos países vizinhos. Foi fundada em 1979, tendo mantido a sua preponderância nas últimas eleições sociais, em Novembro de 2013. Nessas eleições a *OGB-L* obteve 38 dos 60 lugares disponíveis na Câmara dos Assalariados.

A *LCGB*, de tendência centro direita, é a segunda maior central sindical, tendo conquistado 15 lugares nas últimas eleições sociais, sendo uma das suas principais bandeiras a reivindicação do direito dos cidadãos estrangeiros no sentido de votarem e serem eleitos nas legislativas.

Tive a oportunidade de participar numa reunião com a direção do LCGB na companhia da SEXA Embaixadora, Dra. Rita Ferro, e do Cônsul-Geral de Portugal no Luxemburgo, Dr. Rui Monteiro, no dia 21 de novembro de 2013. Nesta reunião foi destacada uma abrangente cobertura no plano nacional, com uma boa rede de representações, a prestação de assistência jurídica gratuita sobre litígios laborais e a elaboração de brochuras sobre questões laborais e sociais disponibilizadas ao público em geral. Por fim, Patrick Dury, presidente do LCGB, defendeu o direito de voto dos estrangeiros nas eleições legislativas, na medida em que estes constituem sensivelmente 46% da população.

C. O papel das instituições

O atual grão-duque, Henri, é o sexto soberano da dinastia Nassau-Weilbourg. O seu poder é reconhecido pelo artigo 33º da Constituição: “o Grão-Duque é o chefe de Estado, símbolo da unidade e garantia da independência nacional”. Henri exerce o poder executivo, participa no poder legislativo, promulga as leis, e pode dissolver a Câmara dos Deputados.

A Câmara dos Deputados ou Parlamento (sistema unicameral) é composta por 60 deputados eleitos por sufrágio universal (voto obrigatório para os maiores de 18 até aos 75 anos) por um período de 5 anos. A sua principal função é votar os projetos e propostas de lei, podendo também ter iniciativa legislativa. Estão representados 6 partidos políticos no Parlamento: CSV, LSAP, DP, Déi Greng, ADR e Déi Lenk. O CSV é o partido com maior número de representantes – 23, seguindo-se o LSAP e o DP com 13.

Existem 5 câmaras profissionais: a Câmara dos Assalariados, a Câmara dos Ofícios⁴⁰, a Câmara dos Funcionários e Empregados Públicos, a Câmara da Agricultura, e a Câmara de Comércio. Todas as pessoas que trabalham no Luxemburgo encontram-se obrigatoriamente filiadas na respetiva câmara.

A Câmara dos Assalariados, criada em 2008, encontra-se sob tutela do Ministério do Trabalho e do Emprego. A sua infraestrutura é constituída por três órgãos: o comité, a assembleia plenária, e o secretariado.

O primeiro é composto pelo presidente, 4 vice-presidentes, 6 assessores, 1 tesoureiro, 1 presidente do comité de finanças, e 1 presidente do comité de igualdade.

A segunda é formada por 60 membros divididos em 9 grupos setoriais: siderurgia, outras indústrias, construção, serviços financeiros e intermediação financeira, serviços, administração pública e empresas de comunicação, água e energia, saúde e ação social, CFL⁴¹, e pensionistas. A sua principal função é elaborar pareceres sobre as leis e regulamentos grão-ducais que remete ao governo e à câmara

⁴⁰ Tradução livre do francês “Chambre des Métiers”.

⁴¹ Caminhos de Ferro Luxemburgueses.

dos deputados. Os seus membros são eleitos por 5 anos através do sufrágio universal, ou seja, através do voto de todos os trabalhadores e pensionistas do setor privado, mesmo os não residentes no Luxemburgo. O secretariado integra 70 funcionários.

C.1) Câmara de Comércio Luxemburguesa

A Câmara de Comércio Luxemburguesa (CCL) reagrupa empresas de todos os setores económicos, e é constituída por três órgãos: assembleia plenária (25 membros eleitos por 5 anos repartidos por 6 grupos), comité de direção, e secretariado (5 membros). A assembleia plenária elege os membros para as quatro comissões (comissão de criação e desenvolvimento de empresas, comissão internacional, comissão económica, comissão de comunicação) e para o conselho de gerência da Luxembourg School for Commerce (centro de formação). Esta ajuda a criar, desenvolver, e dá apoio às empresas luxemburguesas. Simultaneamente pretende promover as relações económicas e comerciais com o estrangeiro. Segundo a lei de 26 de outubro de 2010⁴² esta câmara tem como missão “a articulação, a salvaguarda, e a defesa dos interesses dos seus membros. Qualquer empresa que seja criada no Luxemburgo é automaticamente inscrita como membro desta Câmara.

Dado que cerca de 85% da produção do país se destina à exportação, a Câmara de Comércio acaba por constituir uma das principais parceiras para a internacionalização das empresas luxemburguesas. Neste contexto, a Câmara através da sua revista oficial, Merkur, divulga a “Bolsa de oportunidades de negócio”, cujo objetivo é possibilitar o contato entre as empresas e a formação de parcerias. Tal iniciativa pretende assegurar que as PME se associem através de um sistema de parcerias, ou seja, por intermédio da criação de uma rede de contactos.

A CCL organiza regularmente conferências abordando vários temas. Tive a oportunidade de assistir, a 23 de Abril último, a uma conferência, que incidiu sobre

⁴² Art. 2. de la Loi du 26 octobre 2010 portant Réorganisation de la Chambre de Commerce, Journal Officiel du Grand-Duché du Luxembourg : A, N°191 [Consulté 29 octobre 2014], disponible en : <http://www.legilux.public.lu/leg/a/archives/2010/0191/a191.pdf#page=2>

quatro das áreas estratégicas para este país: TIC, logística, eco inovação, e indústria automóvel.

Na companhia da SEXA Embaixadora e do Cônsul Geral de Portugal tive a oportunidade de visitar as instalações da referida Câmara, e de participar numa reunião com o Dr. Carlo Thelen, novo diretor-geral da CCL, e a Dra. Anne-Marie Loesch, conselheira para assuntos internacionais, no passado dia 14 de Maio. O Dr. Carlo Thelen manifestou interesse na realização de uma missão empresarial a Portugal baseada na organização de seminários e contatos B2B, privilegiando os seguintes setores: ecotecnologias, logística, biotecnologias, e tecnologias de informação e comunicação. Esta missão decorreu no passado mês de julho de 2014, em detrimento de uma outra deslocação de empresários luxemburgueses a Portugal, em fase de preparação pela AICEP e a “Luxinnovation”, prevista e agendada para o outono de 2014.

O Dr. Carlo Thelen sugeriu também que, durante as respetivas deslocações ao Luxemburgo alguns membros do governo português pudessem visitar a Câmara de Comércio, participando em algumas das suas iniciativas (como conferências ou palestras), e assegurando o “follow-up” da missão empresarial que a Câmara de Comércio Luxemburguesa pretende realizar ao nosso país.

C.2) A Grande Região

A Grande Região (figura 1) é um fórum de cooperação transfronteiriça entre a Alemanha, a França, a Bélgica e o Luxemburgo, e é como uma “comunidade de interesses em fazer nascer projetos comuns”⁴³. Esta estrutura de cooperação, institucionalizada, remonta a 1980 no âmbito da Comissão Regional Saar-Lor-Lux-Trèves. A Grande Região representa um PIB de 313 mil milhões de euros.

Esta atua sobretudo nas seguintes áreas de cooperação: emprego, desenvolvimento territorial, transportes, educação, formação, cultura, saúde e juventude. A discussão em torno destas áreas tem por objetivo último a adoção de políticas comuns.

A Grande Região assume particular relevância para o Grão-Ducado, na medida em que envolve um fluxo importante de trabalhadores (43,5%) e consumidores transfronteiriços.

Se, por um lado, o Luxemburgo se manifesta empenhado neste fórum de cooperação, o mesmo pode não ser tão evidente dos outros lados das fronteiras.

O maior obstáculo a esta cooperação é que o Luxemburgo se pronuncia enquanto Estado, enquanto as outras partes em diálogo são apenas regiões!

Todavia, a questão do mercado de trabalho, os transfronteiriços, o transporte e mobilidade são assuntos de interesse comum.

Podemos afirmar, então, que a Grande Região é um dispositivo de governança cooperativa, que possui dois órgãos: Conselho Parlamentar Inter-regional e Comité económico e social da Grande Região.

A previsão do crescimento económico dos três países fronteiriços - França, Bélgica e Alemanha – indica que estes serão os países que mais crescerão este ano, nas seguintes proporções: 1%, 1,4%, e 1,8%, respetivamente. Deste modo, pode registar-se uma maior dinâmica neste fórum de cooperação.

⁴³ Definição constante no site oficial da Grande Região: www.granderegion.net/fr

Indica-se a seguir a centralidade do Luxemburgo no quadro da Grande Região:



Figura 1: A Grande Região

Fonte: <http://www.granderegion.net/fr/grande-region/index.html>

C.3) Benelux

Esta organização resulta de um acordo de União Aduaneira estabelecido entre Bélgica, Luxemburgo e Países Baixos assinado em 1948, no qual as partes decidiram abolir as tarifas alfandegárias. Não obstante, data de 1922 a formação da União Económica Belgo-luxemburguesa.

Em 1958 foi assinado o Tratado que institui a União Económica Benelux (validade de 50 anos, com possibilidade de prorrogação por períodos sucessivos de

10 anos). Neste tratado ⁴⁴ ficou estabelecida a livre circulação de pessoas, mercadorias, capitais e serviços, bem como a coordenação de políticas económicas, financeiras e sociais.

À data foram criadas as 8 instituições da União: comité de ministros, conselho interparlamentar consultivo, conselho da união económica, comissões, secretariado-geral, serviços comuns, colégio arbitral, e conselho consultivo económico e social.

A 17 de Junho de 2008 foi assinado um novo tratado BENELUX⁴⁵, que focou a cooperação em cinco sectores: mercado interior, união económica, desenvolvimento sustentável, alargamento e aprofundamento da cooperação económica. Desde então, passou a denominar-se de União Benelux, abrangendo 3 novas áreas de cooperação: segurança, transportes, gestão do território e ambiente. Este novo tratado prevê também a possibilidade de cooperação com outros Estados membros europeus ou estruturas de cooperação regionais.

A Benelux conta com as seguintes *instituições*: parlamento (49 deputados), comité de ministros (conselho, secretariado geral), e tribunal de justiça.

A União Benelux desenvolve agora um papel de “plataforma de concertação” que permite às partes envolvidas adotarem pontos de vista comuns em reuniões europeias. Além disso a cooperação no seio desta organização envolve também políticas de cariz social, e o reforço da cooperação transfronteiriça.

⁴⁴ Conforme o "Traité instituant de L'Union économique Benelux" disponível em: http://www.cvce.eu/obj/traite_instituant_1_union_economique_benelux_la_haye_3_fevrier_1958-fr-462205c0-ef9d-4eb5-8d60-fe8107148368.html

⁴⁵ (De duração indeterminada).

D. Política externa luxemburguesa

Na sequência das minhas participações em briefings e reuniões (Conselho dos Negócios Estrangeiros, Conselho dos Assuntos Gerais, ECOFIN, Presidência Luxemburguesa do Conselho de Segurança das Nações Unidas) foi possível apurar algumas das prioridades do Luxemburgo em matéria de política externa, com implicações no plano económico.

O Luxemburgo dedica particular atenção à política de cooperação internacional dedicando cerca de 1% do seu PIB, equivalente a 320 milhões de euros (valor superior à média europeia de 0.7%) a ações de cooperação e ajuda humanitária sendo 9 os países-alvo: Burkina Faso, Cabo Verde, El Salvador, Laos, Mali, Nicarágua, Níger, Senegal, e Vietname.

O Luxemburgo seguiu assim com particular atenção a evolução da situação política no Sahel, e em particular no Mali, tendo em conta os programas de cooperação que desenvolve.

Apesar de alinhar com a generalidade das posições da União Europeia face à crise na Ucrânia, o Luxemburgo tem adotado uma política relativamente prudente em relação a Moscovo tendo designadamente em conta os seus investimentos no mercado russo. Como recorda a imprensa local, o Luxemburgo é o 3º investidor mundial neste mercado, num total de 37 mil milhões de euros, esclarecendo porém que estes investimentos decorrem dos fluxos de capitais não forçosamente luxemburgueses mas que transitam por este país em direção ao leste europeu. O comércio bilateral ascende a 140 milhões de euros, com clara vantagem para o Luxemburgo, tendo a última missão económica à Rússia integrado cerca de 190 empresas luxemburguesas, o que revela um razoável interesse deste país pelas oportunidades de negócio no mercado russo.

O Luxemburgo manteve reservas em relação à diretiva sobre a fiscalidade e poupança⁴⁶, exigindo informações por parte da Comissão Europeia atualizadas das negociações com países terceiros (São Marino, Andorra, Liechtenstein, Mónaco,...). Contudo, acabou por assumir o compromisso de avançar para uma praça financeira

⁴⁶ Implica troca de informações sobre depósitos bancários.

transparente e confirmou a introdução da troca automática de informações bancárias⁴⁷ a partir de 1 de Janeiro de 2015.

No dia 23 de Abril tive a oportunidade de assistir, nas instalações da Câmara de Comércio Luxemburguesa, a uma conferência, que reuniu os diplomatas, chefes de escritório de cooperação, e diretores dos escritórios de comércio e investimento, bem como alguns dos membros da Câmara de Comércio Luxemburguesa. Esta iniciativa pretendeu aproximar as empresas dos representantes diplomáticos.

Durante a referida conferência, o diretor geral da CCL, Dr. Carlo Thelen, transmitiu uma visão geral sobre as áreas de ação da referida Câmara, sublinhando a dimensão internacional da economia luxemburguesa (3ª mais aberta do mundo, a seguir a Hong Kong e Singapura). A sessão ficou marcada por quatro temas principais: Tecnologias de Informação e Comunicação, ecotecnologias, setor automóvel, e logística.

Os partidos políticos luxemburgueses não tomaram qualquer posição face à TTIP (Transatlantic Trade and Investment Partnership), porém não consideram que as negociações devam ser interrompidas. Por outro lado, foram criadas duas plataformas de oposição a esta parceria, Stop Tafta e outra constituída pelos sindicatos. No entanto, o DP, partido de Xavier Bettel, reconheceu que a negociação deve ser acompanhada, tendo revelado que defenderá no Parlamento Europeu o respeito pelos valores europeus, nomeadamente em duas áreas-chave: proteção social e ambiental.

⁴⁷ Em 2013, os depósitos pessoais nos bancos luxemburgueses eram de 59.4 mil milhões de euros, 46,5% dos quais eram propriedade de residentes no Luxemburgo, 32% de não residentes cidadãos da UE, e 21,5% de não residentes cidadãos de países terceiros.

E. Evolução económica e financeira

A atividade financeira no Luxemburgo desenvolveu-se a partir da criação da bolsa de valores, em 1929. Todavia a sua praça financeira apenas surgiu na década de sessenta. Esta praça foi considerada recentemente a 11^a mais eficiente a nível mundial.

A instalação de uma importante empresa de siderurgia (Arcelor Mittal) revelou-se uma das principais âncoras para a prosperidade do país. Além da siderurgia, também a indústria química e metalúrgica contribuíram para o desenvolvimento da economia luxemburguesa.

Recorde-se que o Luxemburgo possui uma economia aberta: sensivelmente 85% da produção de bens e serviços é destinada à exportação. Esta característica tanto constitui um ponto forte, como uma debilidade, na medida em que se verifica uma elevada dependência da procura internacional, dos serviços financeiros, da mão-de-obra e dos capitais estrangeiros.

Recordemo-nos, por outro lado, que este país se insere na Grande Região contando, assim, com 11, 4 milhões de consumidores, e representando 2,6% do PIB da Zona Euro (40% da riqueza económica da União Europeia concentra-se num perímetro de 500 km em volta do Luxemburgo).

Os seus maiores parceiros económicos são os países vizinhos: Alemanha, Bélgica e França.

Os setores estratégicos em que o Luxemburgo é competitivo são: a produção de aço e o fabrico de componentes automóveis de alta tecnologia.

Apesar do seu nível de desenvolvimento, o Luxemburgo apresenta um défice da balança comercial de bens de -7,9%.

Dr. Carlo Thelen, novo diretor-geral da Câmara de Comércio Luxemburguesa, lembrou que “a paisagem económica luxemburguesa é quase exclusivamente composta por pequenas e médias empresas”.

O Luxemburgo é o país com o PIB *per capita* mais elevado da União Europeia (66807.96\$)⁴⁸. Foi recentemente considerado o 5.º país mais competitivo, e o 9º mais caro do mundo. Recentemente, a agência de *rating* Standard & Poors atribuiu a notação AAA+ à economia luxemburguesa, devido à sua capacidade de resistência aos choques externos e à robustez das suas finanças públicas. Esta classificação só veio reafirmar a credibilidade da economia luxemburguesa, o que se poderá traduzir num incremento dos investimentos transnacionais.

O Grão-Ducado apresentou um crescimento estável e sólido até ao início da crise financeira de 2007-08. Todavia a sua economia viria a sofrer uma contração em 2008-09 (variação de -18% nas exportações e -23% nas importações).

Depara-se, por outro lado, com uma baixa inflação (1,2%). Neste contexto, surgiu recentemente um debate interno sobre a “indexação automática” (aumento dos salários indexado ao incremento do nível dos preços).

Numa breve abordagem ao estado das finanças públicas, importa referir que, em 2013, a dívida pública luxemburguesa terá atingido, segundo previsões do governo cerca de 24,3% do PIB. O Banco Central do Luxemburgo apresentou previsões mais pessimistas, apontando para um défice na ordem dos 27,8% (o que representa 2,3 a 2,6% do PIB).

Não obstante, o executivo luxemburguês anunciou o aumento do investimento público em investigação, desenvolvimento e inovação.

Dois aspetos podem causar presentemente alguma preocupação a nível interno: o peso dos gastos com a administração pública no OE⁴⁹, e o aumento da taxa de desemprego. Além disso, a adoção da diretiva poupança que implicará o fim do sigilo bancário terá um impacto na economia do país (nomeadamente ao nível da saída de algumas sucursais e o conseqüente despedimento dos seus atuais funcionários na pior das perspetivas), tendo o Governo anunciado a subida dos impostos de forma a colmatar a perda destas receitas.

⁴⁸ De acordo com a “trading economics”.

⁴⁹ O governo pretende atingir um excedente de 0,5% do PIB do saldo orçamental da administração pública.

Por último, a estratégia governamental tem por objetivo alcançar um crescimento real de 3,5% do PIB para o período 2015-2018. A “Standard & Poors” prevê o crescimento de 2% do PIB entre 2014 e 2017 graças ao bom desempenho dos serviços financeiros.

A taxa de desemprego no Grão-Ducado tem vindo a crescer nos últimos anos, situando-se atualmente em 7,2%⁵⁰. Todavia este valor mantém-se abaixo da média europeia. Importa salientar que apenas metade dos candidatos a um emprego recebem algum tipo de ajuda financeira, na medida em que, para a atribuição de subsídio, se exige um período mínimo de atividade laboral de 26 semanas. A taxa de desemprego jovem é ainda mais alarmante, situando-se nos 20%. Esta situação traduz-se numa deterioração do mercado de trabalho.

Uma das causas apontadas para tal situação é a falta de qualificação, nomeadamente a nível linguístico. Recordemos que o país detém três línguas oficiais (luxemburguês, francês e alemão). A progressão dos custos salariais unitários, e a perda de competitividade de custos são também vetores a ter em consideração.

O mercado de trabalho luxemburguês alberga 393 741 assalariados, 98 300 estrangeiros residentes, e cerca de 160 000 transfronteiriços. Assim, cerca de 44 % dos postos de trabalho são ocupados por habitantes dos países vizinhos que diariamente atravessam a fronteira. Nesta conformidade, o atual Governo decidiu colocar em prática uma estratégia orientada na “grande região”, atrás caracterizada.

No dia 28 de Janeiro decorreu uma receção nas instalações da CCILL. Durante esta sessão, à qual assistiram maioritariamente empresários, bem como SEXA Embaixadora e Cônsul Geral de Portugal, foram apresentados, pela nova presidente da ADEM, Isabelle Schlessler, os novos serviços disponíveis que pretendem assim ajudar a efetuar o contato entre empregadores e candidatos a emprego.

A Agência para o Desenvolvimento do Emprego (ADEM) tem por missão ligar os empregadores e os empregados, efetuando o “matching” entre a oferta e a procura, desempenhando assim o papel de facilitador de emprego.

⁵⁰ Estudo divulgado pelo STATEC com dados relativos ao desemprego ao mês de Junho de 2014.

2.3-A importância da praça financeira luxemburguesa: o possível impacto da União Bancária no Grão-Ducado

Durante o meu período de estágio, pude também acompanhar algumas das reações luxemburguesas à introdução de determinadas medidas europeias que visam a evolução do processo de União Bancária, especialmente da diretiva poupança, e da troca automática de informações bancárias para os não residentes (recordemos que, em 2013, cerca de 53,5% dos depósitos no Luxemburgo pertenciam a cidadãos não residentes). Neste contexto, quer o STATEC⁵¹, quer alguns membros do governo, quer os meios de comunicação social têm especulado em relação ao impacto que estas novas medidas europeias poderão ter na economia luxemburguesa, dada a forte dependência da economia luxemburguesa do sector financeiro (25% do PIB).

Assim, um dos cenários sugerido pelo estudo divulgado recentemente pelo STATEC prevê que o crescimento das despesas administrativas, sobretudo informáticas, ligadas à introdução da troca automática de informações possa conduzir ao desaparecimento de cerca de 800 postos de trabalho no setor bancário. Além disso, após a introdução desta medida, cerca de 15 mil milhões de ativos podem sair da praça, o que representa cerca de 5%⁵². Por último, o decréscimo destes ativos pode também custar 1000 empregos. Tenhamos em consideração também que as receitas provenientes da praça financeira representam cerca de 25% do total.

Em 2013, foi aprovada a Lei de 29 Março decorrente da transposição da diretiva 2011/16/UE⁵³, que prevê o início da troca de informações bancárias a pedido dos países de origem dos depositantes para 1 de Janeiro de 2015. Estas duas medidas integram a diretiva sobre a cooperação administrativa de domínio fiscal a nível europeu, visando também a luta contra a fraude fiscal sugerida no âmbito da OCDE. Além desta também a diretiva “tributação da poupança” gerou algum debate no *milieu* político europeu.

A troca de informações implica, deste modo, a perda dos rendimentos resultantes dos impostos sobre o capital financeiro, que, até à data, ficavam retidos

⁵¹ Instituto Nacional de Estatística e Estudos Económicos do Grão-Ducado do Luxemburgo.

⁵² Estudo do STATEC.

⁵³ « Coopération administrative dans le domaine fiscal », 4 abril 2014.

na fonte (no país em que ocorrem os movimentos bancários), e passarão a ser tributados pelo Estado de origem do cidadão/depositante.

No pior dos cenários possíveis é sugerida a deslocalização das sucursais dos bancos ou a redução do seu *staff*, se as perdas de receita se revelarem significativas.

Capítulo 3: A diplomacia económica bilateral: as relações económicas entre a República Portuguesa e o Grão-Ducado do Luxemburgo

3.1 - Relações económicas bilaterais

O estabelecimento das relações diplomáticas entre Luxemburgo e Portugal data de 1891, com a acreditação do primeiro embaixador do Grão-Ducado em Lisboa. Sendo que apenas em 1963, Eduardo Leitão é reconhecido como embaixador não residente da Embaixada de Portugal no Luxemburgo.

O estudo das relações entre Portugal e o Luxemburgo assume importância acrescida em função do historial de imigração portuguesa para o Grão-Ducado, que se foi intensificando ao longo da década de 70. Se em 1980 se registaram cerca de 29 300 cidadãos portugueses a residir no Luxemburgo, atualmente encontram-se inscritos no Consulado-Geral de Portugal no Luxemburgo cerca de 117 000 pessoas (20% da população total, e 37% do total de imigrantes). Para o STATEC a população portuguesa representa “apenas” 16,5% da população total, equivalente a 90 000 pessoas.

Nos últimos quatro anos os valores das importações/exportações de bens entre os dois países têm diminuído, como podemos verificar nos últimos relatórios da AICEP. Contudo, a afluência das importações/exportações de serviços tem vindo a aumentar, bem como do número de turistas de origem luxemburguesa a visitarem Portugal nos últimos 6 anos. Os fluxos de investimento direto estrangeiro têm sido irregulares (do Luxemburgo em Portugal).

Ao analisarmos os relatórios da AICEP relativos às trocas comerciais de bens entre Portugal e o Luxemburgo, deparamo-nos com a seguinte situação em 2012: as principais exportações luxemburguesas foram: bens alimentares (34%), produtos agrícolas (18%), veículos e outro material de transporte (13,7%), enquanto importa (de Portugal) essencialmente máquinas e equipamentos (29,9%), químicos (29,7%), e metais comuns (13,7%).

No respeitante ao sector dos serviços, tem-se verificado um saldo positivo, sendo que em 2013 o Luxemburgo ocupou a 14ª posição como cliente. Nos últimos

três anos as exportações de serviços para o Luxemburgo ultrapassaram os 200 milhões de euros.

Apesar da relativa ausência de divulgação por parte do Turismo de Portugal, o Luxemburgo é o 14º país de proveniência dos turistas que visitam o país.

Em 2013, o Luxemburgo foi o 7º investidor em Portugal (1,4 milhões de euros), enquanto em 2012 tinha sido o 3º (6,7 milhões de euros), devido à compra de capitais em empresas portuguesas. As principais áreas de destino deste investimento têm sido: atividade imobiliária, alugueres, serviços a empresas, e atividades financeiras. Sendo que parte destes investimentos oficialmente luxemburgueses podem ter origem noutros países.

O investimento português no Luxemburgo tem diminuído desde 2010, todavia Portugal ainda ocupa o 7º lugar. Em 2013, este investimento cifrou-se em 148 milhões de euros, enquanto em 2010 rondou 1,46 mil milhões de euros.

As principais empresas importadoras ligadas a Portugal são: do setor bancário, do transporte aéreo, e do alimentar.

Em 2013, as empresas que procuraram oportunidades de negócio no mercado luxemburguês (cerca de 1244) estavam ligadas aos seguintes ramos de atividade: restauração, materiais de construção, agroalimentar, tecnologias de informação e comunicação, e energia.

Numa breve análise verificamos que existem três departamentos que assumem importância acrescida para o reforço das relações económicas bilaterais: setor financeiro, centros de serviços partilhados, e logística.

Quando procedemos à análise das relações económicas entre Portugal e o Luxemburgo deparamo-nos com um fenómeno que pode suscitar interrogações: o Luxemburgo surge como 50º cliente de Portugal, ao nível das trocas comerciais de bens.

Recorde-se que a dimensão territorial deste país pode induzir em erro, uma vez que este pode constituir uma plataforma de acesso ao mercado francês, belga, e

alemão. Outros três vetores a ter em consideração são: procedimentos rápidos de importação e exportação, ausência de impostos no pré-financiamento das importações, e clima de negócios estável.

Será importante ter em consideração que o Luxemburgo foi considerado o 22º país mais competitivo do mundo, e 11ª economia mais transparente.

Existem dois acordos bilaterais assinados entre Portugal e o Luxemburgo: Convenção para Evitar as Duplas Tributações e Prevenir a Evasão Fiscal em Matéria de Impostos sobre o Rendimento e o Património e Respetivo Protocolo, e Acordo sobre Transportes Internacionais Rodoviários de Mercadorias e Respetivo Protocolo.

3.2- Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa

A CCILL é uma “associação livre, de pessoas interessadas nas relações económicas entre Portugal e o Luxemburgo”⁵⁴ fundada em 2003, tendo sede em Bascharage, nas instalações da Bexeb, que conta com cerca de 40 sócios, sendo presidida pelo Dr. Francisco da Silva. Esta é uma instituição de iniciativa privada fundada com o intuito de apoiar os empresários portugueses nos seus processos de internacionalização. A CCILL é membro da Confederação Internacional dos Empresários Portugueses (CIEP). Os membros da direção desta Câmara, segundo constatei, estão presentes em todos os eventos e promovem iniciativas que visem os interesses económicos portugueses, dentro do seu orçamento, em parceria com a Embaixada.

O objetivo fulcral desta Câmara é fomentar as relações económicas, comerciais, industriais, financeiras, e culturais entre os dois países. Assim, esta estabelece contactos periódicos com as autoridades e entidades luxemburguesas e portuguesas. Deste modo, afirma-se como importante parceiro para os empresários portugueses, desenvolvendo um papel que, de certa forma, tenta suprir a ausência de um delegado permanente da AICEP no país.

A CCILL é constituída por três órgãos principais: assembleia geral, conselho diretivo e comité de direção. Esta surgiu, aliás, em reação ao baixo nível de desenvolvimento das relações económicas entre Portugal e o Luxemburgo, tendo por objetivo fomentar estes laços.

Durante o meu período de tirocínio tive a oportunidade de reunir com a direção da CCILL sensivelmente uma vez por mês, sendo que mantivemos contato via telefone e correio eletrónico para a resolução de questões mais prementes. No seguimento destas reuniões elaborei, tal como me foi proposto, uma lista de todas as empresas com gestão portuguesa presentes no mercado luxemburguês, bem como um questionário que serviria de base a um estudo de opinião ao tecido empresarial luso-luxemburguês sobre Portugal. Este questionário tinha por objetivos: avaliar a reputação de Portugal e das empresas portuguesas, identificar as lacunas e pontos

⁵⁴ Informação disponível em: www.ccill.lu

fortes, e identificar os setores e oportunidades de negócio. Porém a falta de tempo e de meios não permitiu a conclusão deste projeto.

No dia 5 de abril do ano transato tive a oportunidade de assistir à reunião do Comité de Direção desta Câmara, durante a qual foram discutidas: a agenda e as ações previstas para o ano seguinte. A CCILL contemplou no seu plano de atividades 2013-14 as seguintes prioridades: definir estratégia de comunicação a fim de promover as exportações portuguesas através do Luxemburgo e Grande Região Saar-Lor-Lux, promover o turismo para Portugal, atrair investimento estrangeiro, promover a marca “Made in Portugal”, e criar um *hub* logístico de distribuição de produtos portugueses para os países do Benelux.

- Câmara de Comércio Luso-Belga-Luxemburguesa

É uma associação privada e independente sem fins lucrativos, fundada em 1918, e constitui uma plataforma das relações comerciais entre Portugal, Bélgica e Luxemburgo, exercendo toda a atividade em território português. Esta Câmara pretende fomentar as relações económicas e culturais entre a Bélgica, o Luxemburgo, e Portugal.

A CCPLL visa fomentar as trocas comerciais no sentido Portugal-Bélgica-Luxemburgo e no sentido Bélgica/Luxemburgo-Portugal. As ações desta câmara encontram-se dirigidas para 3 áreas chave: apoio nas trocas comerciais, promoção de ações comerciais específicas, e networking.

A antiguidade desta Câmara poderá constituir uma vantagem enquanto plataforma de contactos, sendo que a sua atividade poderá então fomentar as trocas comerciais.

Após a minha visita à sede desta Câmara, em Lisboa, no passado dia 19 de setembro, pelas 10h, e um breve diálogo com a Dr.^a Greet Torfs, assistente da direção, foi-me possível compreender a sua rede interinstitucional (explicitada na figura abaixo), bem como as suas principais funções neste relacionamento multilateral. Esta câmara multilateral desenvolve então as suas atividades em

parceria com as embaixadas e câmaras de comércio belgas e luxemburguesas. Sendo a sua sede em Lisboa, e a sua área de atuação nos três países (Portugal, Bélgica, e Luxemburgo). A CCLBL constitui então uma ponte entre as embaixadas e câmaras de comércio belgas e luxemburguesas.

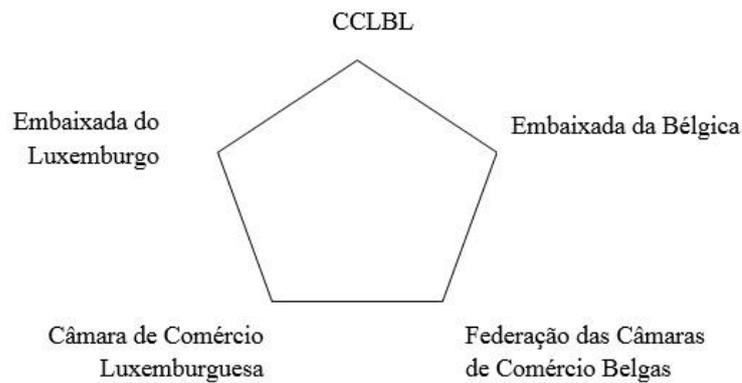


Figura 2: Rede institucional da CCLBL

Fonte: Elaboração própria.

Nesta lógica a CCLBL desenvolve também um serviço de apoio e informação a empresas que pretendam instalar-se:

- a) No mercado belga e/ou luxemburguês;
- b) Em Portugal.

Assim, a Câmara desenvolve a sua ação nos “dois sentidos”, apoiando as exportações e o estabelecimento de empresas em Portugal, na Bélgica, e no Luxemburgo, servindo de ponte entre as respetivas câmaras, as embaixadas e as empresas.

A promoção e realização de eventos permitem a criação de networking, ou seja, de uma rede de contatos profissionais que permita multiplicar as oportunidades de negócio.

3.3 - Complementaridades entre os mercados português e luxemburguês

Dada a necessidade de estabelecer uma plataforma de comércio com o Luxemburgo, pretende-se encontrar setores em que exista um certo grau de compatibilidade.

A Embaixada, em colaboração com a CCILL, tem procurado divulgar legislação portuguesa, nomeadamente nos domínios laboral e fiscal destinada a fomentar a captação de investimento no nosso país.

A promoção da imagem de Portugal junto do mercado luxemburguês tem sido assegurada pela Embaixada e pelo Instituto Camões, algo que constatei durante o meu período de tirocínio.

A primeira dessas iniciativas decorreu na residência oficial de SEXA Embaixadora, no dia 20 de novembro de 2013, traduzindo-se na organização de uma mostra de produtos agroalimentares portugueses medalhados nos concursos da CAP. Esta iniciativa resultou dos esforços conjuntos da CAP e da AICEP.

A segunda iniciativa consistiu na presença de um *stand* português no “Bazar Internacional”, no dia 30 de novembro de 2013. A terceira iniciativa traduziu-se na presença de um *stand* português no Festival das Migrações e das Cidadanias, de 14 a 17 de Março.

Nesta medida, foi preparada uma missão económica a Portugal, com a provável duração de 2 dias. A SEXA Embaixadora organizou um encontro, no dia 27 de Março, na residência oficial, para promover contatos preliminares entre a AICEP, os representantes do ministério luxemburguês da Economia e da “Lux Innovation” (Agência Nacional para a Investigação e Inovação), e da Câmara de Comércio e Indústria Luso-luxemburguesa, Dr. Francis da Silva. Durante este encontro foi delineado o esquema da visita, incluindo formato mesa redonda para a apresentação de participantes, encontros entre empresários do mesmo sector, visitas a empresas, a parques industriais, e centros de investigação. O interesse luxemburguês recaí sobre os seguintes setores: logística, alta tecnologia, financeiro, energias renováveis, saúde, biotecnologia, investigação e setor do plástico.

Nesse encontro, os representantes da AICEP, conselheiro económico Dr. Gonçalo Homem de Mello, e da “Lux Innovation”, Dr. Ian Cresswell, manifestaram disponibilidade para apresentar a breve prazo setores de cooperação e interesse para ambos os países. Dr. Ian Cresswell deu conta dos contatos entre esta agência e o Biocant/Parque Tecnológico de Cantanhede, e o Instituto Gulbenkian de Ciência.

Nesta reunião ficou ainda decidido que esta missão terá um carácter multisectorial, abrangendo preferencialmente: a logística, a alta tecnologia, o setor financeiro, as energias renováveis, tecnologias para a saúde, componentes biomédicos, investigação, e setor do plástico, e eventualmente turismo.

Esta missão poderá ser, contudo, substituída por uma outra, a ser organizada, pela CCL atrás mencionada.

A Embaixada e o Consulado Geral têm procurado divulgar uma imagem moderna de Portugal, designadamente no plano económico uma imagem moderna em contraste com a perceção que ainda aqui perdura em diferentes sectores, divulgada pela comunidade portuguesa, mais compatível com um Portugal ultrapassado dos anos 60 e 70. Ainda no passado dia 10 de Maio participei num evento, no centro da cidade do Luxemburgo, onde os diferentes Estados-membros da UE apresentaram, no âmbito da “Festa da Europa”, documentação turística atualizada dos diferentes países para além de alguns produtos típicos (tais como: pastéis de nata, de bacalhau, e vinho do Porto) normalmente apreciados pelos estrangeiros que visitam o nosso país.

A Embaixada tem procurado chamar a atenção para as oportunidades ligadas ao setor do turismo, tendo nomeadamente em conta o elevado poder de compra dos luxemburgueses mas também o incremento das ligações aéreas entre o Luxemburgo e o nosso país (Lisboa, Porto, Madeira) via TAP, Luxair, Easyjet, e Ryanair (através dos aeroportos de Charleroi e Frankfurt Hann). Seria ainda útil uma maior presença dos *stands* portugueses nas feiras de turismo, nomeadamente na prestigiada “Vacanz” (feira anual de turismo). A última edição decorreu a 17 de Janeiro de 2014, na Lux Expo, tendo esta ficado marcada pela reduzida representação de Portugal

como destino turístico, que se limitou a uma apresentação de espaços hoteleiros (tal como o grupo Pestana) inserida num *stand* da “Luxair”.

A Embaixada, o Consulado Geral de Portugal e a Coordenação do Ensino de Português/Instituto Camões prestaram apoio à empresa *Betweien*⁵⁵ ao organizar um programa de contactos com responsáveis da educação e da cultura das cidades do Luxemburgo e de Dudelange. Além disso, o presidente da CCILL reuniu-se com o diretor da referida empresa, tendo também este último visitado uma escola e sido entrevistado pela “Rádio Latina”, prestigiado órgão de comunicação social local de expressão portuguesa.

Várias empresas portuguesas dos setores das TIC’s têm solicitado apoio do delegado da AICEP (responsável pelo mercado luxemburguês) para efeitos de contatos com interlocutores institucionais e empresariais no Luxemburgo.

A NSPA (NATO Support Agency) com sede em Capellen (onde Portugal tem um oficial de ligação português) também pode proporcionar relevantes oportunidades de negócio para as empresas portuguesas, na medida em que lança regularmente concursos públicos para a aquisição de materiais diversos e de obras em infraestruturas da Aliança Atlântica. Fui, a este respeito, informada acerca da realização, em Junho de 2013, do “Dia Nacional da Indústria Portuguesa” na NSPA que contou com a presença de SEXA o ministro da Defesa e de 33 empresas portuguesas.

Estava prevista a deslocação, a 28 de Maio, de uma missão da NSPA a Portugal com vista a informar os responsáveis das pequenas e médias empresas, que não puderam estar presentes no Luxemburgo, sobre as possibilidades de participação nos concursos desta agência da NATO.

Tanto a economia portuguesa quanto a luxemburguesa têm uma dimensão relativamente pequena e grande dependência face ao exterior, por isso devem encontrar-se algumas sinergias tendo por objetivo potenciar a presença económico-empresarial no plano externo. Apesar da relativa pequena dimensão territorial, o

⁵⁵ Empresa que centra a sua atividade na conceção, desenvolvimento, avaliação, venda e promoção de produtos educativos para diferentes faixas etárias e sobre diferentes áreas temáticas.

Luxemburgo tem um elevado potencial estratégico na Europa central, bem como um consumidor com elevado poder de compra e capacidade de investimento. Além disso, um importante núcleo de investidores tem negócios neste país.

A projeção externa de Portugal para este mercado tem sido realizada através do impulso empresarial, porém este esforço não é suficiente. Contando, nesta medida, com o apoio da Embaixada, do Consulado, e da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa que, dada a ausência de um delegado permanente da AICEP, desempenha um papel mais ativo.

3.4 - Potencialidades e oportunidades

O mercado luxemburguês pode despertar um interesse especial por se localizar no centro da Europa e conferir amplo acesso a outros mercados, nomeadamente na *Grande Região*, sendo que o país está a desenvolver-se enquanto plataforma logística. Além disso, o cidadão luxemburguês possui um elevado poder de compra, e capacidade de investimento.

De referir que a economia luxemburguesa é a terceira mais aberta do mundo, algo que a torna extremamente dependente do exterior, constituindo um mercado bastante atrativo. O investimento neste mercado implicará o contacto com o mais diversificado leque de investidores.

Um fator que deverá ser tido sempre em consideração é a dimensão da comunidade portuguesa residente no Grão-Ducado, que deverá constituir um *lobby*, ou seja, deverá promover o nosso país, a nível cultural, mas também económico. Recordemos que no seio desta comunidade se encontra um tecido empresarial, cujo potencial ainda está por explorar. A promoção de parcerias entre estes deverá constituir uma prioridade, baseando esta relação na confiança. A História vem-nos ensinando que “a união faz a força”.

Assim deve apostar-se nos setores passíveis de serem alvo de parceria, criando um modelo consolidado de internacionalização específico para o Luxemburgo que garanta que as nossas empresas possam competir com outros exportadores, nomeadamente belgas e franceses. Sendo que o delegado da AICEP está permanentemente nos escritórios em Bruxelas e tendo outros dois mercados competitivos entre mãos – Bélgica e Suíça – cabe à Embaixada um esforço redobrado, tendo sido apoiada em iniciativas conjuntas com a CCILL.

Foi possível constatar o interesse por parte das entidades luxemburguesas na relação bilateral com Portugal, sendo habitualmente referida a dimensão da comunidade residente. Este interesse é perceptível pela disponibilidade manifesta para agendamento de reuniões, convites e

demonstração de conhecimento das atividades das empresas portuguesas, incluindo as áreas com mais interesse no planeamento das missões económicas e parcerias intergovernamentais.

Os setores considerados estratégicos por parte das autoridades portuguesas são: componentes automóveis, indústria química, metalomecânica, setor financeiro, biomédica, entre outros. Podemos considerar que o mercado luxemburguês encaixa perfeitamente nesta pretensão, constituindo a missão empresarial a Lisboa a 10 de julho de 2014 um eco desta sintonia.

Portugal tem muito para oferecer, especialmente para quem vive num país pouco agraciado pelo sol e sem costa, por isso deve apostar-se na promoção do nosso país como destino turístico, e simultaneamente de investimento.

3.5- A importância dos atores não-estatais na captação de investimento direto estrangeiro e na internacionalização das empresas portuguesas: As principais entidades bancárias: BES⁵⁶, CGD, Banque BCP, Crédito Agrícola e BPI

Num novo contexto derivado do reforço da interdependência à escala global, e da conseqüente intensificação do processo de globalização, verificamos um certo grau de descentralização do poder.

Os atores transnacionais, tais como as organizações não-governamentais e as empresas multinacionais, surgem como novos atores nas relações económicas internacionais. Entre estes agentes, os bancos acabam também por ter uma palavra a dizer, apoiando não só os cidadãos como as empresas nacionais a uma escala global. Ora, as entidades bancárias além de concederem créditos para iniciar e manter uma empresa a funcionar também exercem o papel de consultor e conselheiro legal.

Nesta medida, devemos ter em consideração que a banca portuguesa tem estruturas em quatro continentes, destacando-se a dimensão das redes do BES e da CGD, que estão presentes em cerca de 22 países no mundo.

O processo de internacionalização da banca portuguesa tem acompanhado, na generalidade, a Política Externa e a ação diplomática, principalmente nas ex-colónias, como: Brasil e Angola. Pois, a existência de afinidades culturais e económicas entre Portugal e outros países facilita a entrada de empresas e conseqüentemente de bancos nacionais. Deste modo, a distribuição das redes diplomática e bancária tem contribuído para a promoção dos interesses económicos nacionais no exterior, e atração do investimento direto estrangeiro.

No mercado luxemburguês estão presentes 5 entidades bancárias nacionais: BES, CGD, BCP, BPI e CA. Todas estas entidades bancárias são membros da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa. Durante a minha estada no Luxemburgo, tive a oportunidade de reunir com os dirigentes e visitar as instalações dos referidos bancos, à exceção do BPI. Esta minha incursão pelas referidas entidades teve por objetivo a realização

⁵⁶ Esta entidade bancária designa-se “Novo Banco” desde agosto de 2014.

de entrevistas exploratórias que me permitissem saber em que medida estas entidades apoiam a internacionalização das nossas empresas, e qual o impacto da sua atividade no mercado luxemburguês. Assim, os objetivos primordiais desta tarefa eram analisar a relação entre a diplomacia económica e internacionalização da banca.

Existem quatro principais modalidades de presença internacional bancária: escritórios de representação, subsidiárias, sucursais e *offshores*⁵⁷. No caso em estudo três são sucursais (BES, CGD, BCP), e dois são escritórios de representação (BPI, CA).

Como pude constatar estas entidades apoiam e financiam algumas das iniciativas conjuntas da Embaixada e da CCILL que tenham por objetivo a divulgação de Portugal, como destino turístico e, especialmente, de investimento. Uma dessas iniciativas visou a realização de uma palestra subordinada ao tema “Portugal Attractiveness for Investors”, que decorreu na sede da EY, visando a apresentação dos motivos que tornam o nosso país atrativo para fazer investimentos, e dois novos regimes fiscais – NHR e ARI. Além disso, em 2008 foram assinados protocolos de cooperação institucional entre a AICEP e diversas entidades bancárias, tais como: BES, BCP, BPI, Barclays, Banco Popular, e Santander Totta, tendo por objetivo desenvolver iniciativas e disponibilizar produtos bancários que apoiem a internacionalização do tecido empresarial português.

No hiato temporal correspondente ao meu tirocínio um dos temas mais destacado na agenda mediática era o impacto que a União Bancária⁵⁸, e a Diretiva Poupança teriam na atividade dos principais bancos a operar no mercado luxemburguês.

De seguida apresento um breve resumo das visitas que fiz às entidades bancárias portuguesas a operar no mercado luxemburguês por ordem cronológica:

⁵⁷ Joaquim, Cláudia Claro, “A Diplomacia Económica Portuguesa e a Internacionalização da Banca: Estudo de Caso”, (Dissertação de mestrado, UTL, 2011).

⁵⁸ Prevê o fim do sigilo bancário e a troca automática de informações a partir de 1 de janeiro de 2015.

- **Banque BCP** (20 de fevereiro):

Tive a oportunidade de trocar opiniões com os gestores do departamento de empresas e património. Ao almoço, tive o gosto de poder entrevistar informalmente o Dr. António Mota, membro da direção, que me esclareceu sobre a situação atual do banco, e me transmitiu a sua opinião sobre a união bancária.

Recorde-se que o Banque BCP resulta da fusão entre o Banco Millennium BCP e o Banque Populaire francês, operando no Luxemburgo há cerca de 43 anos. Este banco emprega cerca de 70 funcionários e tem cerca de 16 000 clientes. Trata-se de um banco regional que considera como zona de ação prioritária a Bélgica, o Luxemburgo, e a França. Dadas as características do mercado, este banco centra a sua atividade nas vendas a retalho, ou seja, nos serviços a clientes privados e a pequenas e médias empresas (com um volume de negócios entre os 5 e 10 milhões de euros).

No tocante à promoção do investimento em Portugal pode efetuar dois tipos de ações: crédito para habitação, e reencaminhamento para outros bancos ou sociedades financeiras.

O fim do sigilo bancário não afetará as empresas, dado que versará a troca automática de informações referentes aos juros cobrados sob as contas poupança.

- Crédito Agrícola (24 de fevereiro)

Tive a oportunidade de me deslocar ao escritório de representação desta Caixa, reunindo-me com a Dr.^a Maria Lurdes Gonzalez e com o Dr. João Almeida. Durante esta reunião coloquei algumas questões incisivas sobre o historial de atuação neste mercado e as limitações que estão sujeitos devido ao seu estatuto de “gabinete de informação”. Tendo em consideração que este é o banco mais representado em solo português, fundado em 1911, cobrindo cerca de 96%, fica a questão de quando ou se passará também a ser uma caixa internacional.

Nesta medida constatei que apenas podem apoiar clientes que já façam parte da CA (não podem angariar clientes), estabelecer contatos diretos com as sedes em Portugal para solucionar algumas dúvidas ou proceder a transações, pois assim ditam as leis luxemburguesas, fornecendo apoio informativo e administrativo. Para um maior alcance e possibilidade de realização de operações é necessário abrir uma sucursal.

Dr.^a Maria Lurdes Gonzalez teve a amabilidade de me explicitar que até ao momento de abertura do escritório de representação, há dois anos, esta partilhava as instalações com a Raiffeisen, ou seja, foi uma subsidiária durante 14 anos. A C.A. tem apenas duas representações externas, em Paris e no Luxemburgo. À data da entrevista os dois gerentes ainda não possuíam informações concretas sobre o que mudaria após a União Bancária, pois este processo ainda se encontrava em debate.

A C.A. mantém boas relações institucionais com a Embaixada/Consulado, estando presente em todos os eventos promovidos.

- **Caixa Geral de Depósitos** (25 de fevereiro)

Tive a oportunidade de me reunir com o Dr. Pedro McCarthy da Cunha, diretor-geral da sucursal na Cidade do Luxemburgo, que abordou a atividade da CGD no mercado luxemburguês.

A Caixa encontra-se presente no Luxemburgo desde 1997, tendo cerca de 12000 clientes, sendo a sua atividade mais direcionada para o atendimento a clientes privados. Não obstante, presta apoio às pequenas, médias e microempresas locais, tais como cafés, restaurantes e supermercados.

A sucursal presente neste mercado privilegia o contato direto com Portugal no que respeita à matéria da internacionalização de empresas.

A CGD está presente em 22 países e quatro continentes, nomeadamente em Angola, Brasil, Estados Unidos da América, Canadá, França, Timor Leste, Índia, e China. Esta rede visa apoiar estrategicamente as exportações e a internacionalização das empresas portuguesas. Assim, a existência de relações privilegiadas entre Portugal e o país de destino constitui um pilar importante da estratégia de internacionalização da CGD.

A CGD constitui uma “sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos, de que só o Estado pode ser detentor”⁵⁹. A transformação desta instituição resultou do Decreto-Lei n.º 298/92, de 31 de dezembro. Este decreto foi impulsionado pela integração de Portugal na União Europeia.

⁵⁹ Informação disponível *online* em: www.cgd.pt.

- **Banco Espírito Santo** (2 de Abril)

Fui recebida pelo Dr. António Carvalho, diretor-geral adjunto, na sucursal do BES na Cidade do Luxemburgo. O BES é um recém-chegado ao mercado luxemburguês, datando de 2011 a abertura da sede. No entanto, conta já com cerca de 1000 clientes. Este, a par do BCP e da CGD, também direciona as suas atividades para o apoio a clientes privados, especialmente os membros da Comunidade Portuguesa, e PME'S.

O BES desempenha um papel de consultor no que diz respeito aos seguintes domínios: contas, créditos, operações normais, legislação e potenciais parcerias, segundo o Dr. António Carvalho.

O processo de internacionalização do BES ficou marcado pela criação em 1975 da Espírito Santo International Holding, com sede no Luxemburgo, que em 1984 deu origem a uma nova holding a Espírito Santo Financial Group.

O BES, que devido a recentes problemas sofreu uma reestruturação, passou a denominar-se de Novo Banco a partir de 3 de agosto de 2014. O Novo Banco tem uma rede distribuída por 23 países à escala global, contando com cerca de 2 milhões de clientes, sendo um dos principais parceiros de negócios dos empresários e empresas portuguesas no mundo. Está presente nos principais centros financeiros mundiais e junto das principais comunidades portuguesas no estrangeiro.

Assim, importa também aludir à relação entre estes e a Embaixada, que se baseia em contatos regulares e cooperação permanente, incentivando deste modo à realização de missões empresariais.

Deste modo, podemos concluir que os bancos presentes neste mercado desenvolvem uma atividade predominantemente de retalho, apoiando os clientes privados e as pequenas e médias empresas.

Capítulo 4: A atividade diplomática portuguesa no Luxemburgo

4.1- A nova estratégia seguida pelo MNE

O fim do regime ditatorial em 1974, e a participação nas organizações internacionais como a NATO, ONU, CPLP e OSCE vieram abrir um novo caminho à diplomacia portuguesa. A adesão à Comunidade Económica Europeia, em 1986, e a sua transformação na atual União Europeia com o desenvolvimento de uma diplomacia europeia teve também um forte impacto na diplomacia portuguesa, condicionando-a em certos aspetos.

Este novo enquadramento revela a importância de uma maior coordenação interna entre os departamentos do Estado, bem como a imprescindibilidade de uma presença diplomática efetiva junto dos parceiros comunitários, e um reforço do quadro diplomático (Morgiardin 2007, 519).

Neste modelo é o Ministério dos Negócios Estrangeiros que assume a responsabilidade pela coordenação da política externa, apoiando-se nas embaixadas e consulados.

As embaixadas constituem um instrumento privilegiado de projeção do poder político, influenciando, negociando, e informando os cidadãos nacionais nos vários domínios político-sociais. Estas adquirem maior relevância em situações de conflito, sendo muitas vezes alvo de ataques devido ao seu poder simbólico.

O padrão de localização das representações diplomáticas é decidido com base em critérios políticos, sendo que a sua instalação demonstra a importância do país na teia político-institucional. As embaixadas possuem um poder simbólico e mediático, circunstância que deve ser habilmente utilizada para garantir uma ação diplomática mais visível, incrementando os seus laços com as comunidades portuguesas residentes nos países terceiros.

A atual rede diplomática foi constituída com base em critérios de incidência político-estratégica da segunda metade do século XX, segundo Morgiardin.

Portugal conta com cerca de 73 embaixadas no mundo, 27 delas na Europa, e 35 consulados. Esta disposição levanta a questão da necessidade de redimensionar a rede dada a atual configuração política da Europa Ocidental. Será necessário manter 27 embaixadas? Ou deverão estas ser substituídas por escritórios AICEP? Será que esta rede abrange suficientemente as novas potências, tendo em conta as crescentes oportunidades de negócio nas mesmas?

A instituição consular portuguesa, regulada pela Convenção de Viena sobre as relações consulares, tem acompanhado a evolução e extensão da diáspora lusa no mundo, particularmente desde a década de sessenta. O Instituto Camões tem constituído desde então um forte apoio às embaixadas, nomeadamente na área da diplomacia cultural e das potencialidades da lusofonia.

O XIV Governo Constitucional (1999-2002) deu o impulso para a transformação da rede diplomática, ao promover a articulação das embaixadas com o extinto ICEP. Este estímulo revelou-se essencial para o aprofundamento das relações entre os agentes diplomáticos e os empresários nacionais.

Os objetivos da diplomacia económica portuguesa, apontados pelo MNE, visam a “promoção da imagem de Portugal, como país produtor de bens e serviços de qualidade, como destino turístico e como território preferencial para a captação de investimento estrangeiro, apoio à internacionalização das empresas portuguesas”.

Além disso, as embaixadas passam a estar dotadas de um conselheiro económico, que tem como principais tarefas: informar as associações empresariais e empresas das condições de um país-alvo, identificar oportunidades de negócio, e analisar potenciais mercados, ou seja, promoção do comércio. Este conselheiro pode contar com o apoio dos representantes das Câmaras de Comércio bilaterais.

Em 2006, o PRACE (Programa de Reforma da Administração Central do Estado) fundiu o ICEP com a API, criando a AICEP, tutelada pelo Ministério da Economia e da Inovação. Esta agência tem como competências: a promoção da imagem nacional, da exportação de bens e serviços, e a atração do investimento direto estrangeiro.

A AICEP e as Embaixadas/Consulados Gerais de Portugal ao desempenharem atividades de âmbito económico, nomeadamente promoção comercial, deverão ter presente que a paisagem económica portuguesa é constituída predominantemente por pequenas e médias empresas, por isso devem possibilitar o maior acesso possível à informação sobre os mercados externos. Além disso, deverão trabalhar em conjunto com os representantes das câmaras de comércio e líderes das associações de empresários de forma a reunir esforços e a constituir um ímpeto inicial para comércio e investimentos. Nesta nova estratégia de promoção da marca nacional surge a preparação de missões económicas que possibilitem o contato entre as empresas nacionais e estrangeiras, gerando um ambiente de negócios propício ao surgimento de parcerias. A figura 2 sugere o atual modelo de diplomacia económica português⁶⁰.

Em 2011 foi criado o Conselho Estratégico para a Internacionalização da economia (CEIE), presidido pelo primeiro-ministro. Este órgão agrupa os ministros das Finanças, dos Negócios Estrangeiros, da Economia, e Agricultura, inclui também os Presidentes da CIP⁶¹, CTP⁶², CCP⁶³, CAP, AEP⁶⁴ e AIP⁶⁵ e é secretariado pela AICEP.

Em 2013 foi criado o Gabinete de Apoio ao Investidor da Diáspora, ao qual compete promover, apoiar e facilitar o investimento originário das comunidades portuguesas e luso-descendentes. O GAID funciona junto da Direção Geral dos Assuntos Consulares e Comunidades Portuguesas (DGACCP) em coordenação com o gabinete do secretário de Estado das Comunidades Portuguesas, Dr. José Cesário, e articula as suas atividades com a AICEP, acompanhando também projetos de investimento.

O GAID tem regularmente fornecido e solicitado informações às Embaixadas (incluindo a do Luxemburgo) sobre temas económicos relacionados com a atividade dos empresários da Comunidade Portuguesa neste país.

⁶⁰ Elaboração própria tendo por base a informação disponível nos *sítios online* do MNE e ME.

⁶¹ Confederação da Indústria Portuguesa

⁶² Confederação do Turismo Português

⁶³ Confederação de Comércio e Serviços de Portugal

⁶⁴ Associação Empresarial de Portugal

⁶⁵ Associação Industrial Portuguesa

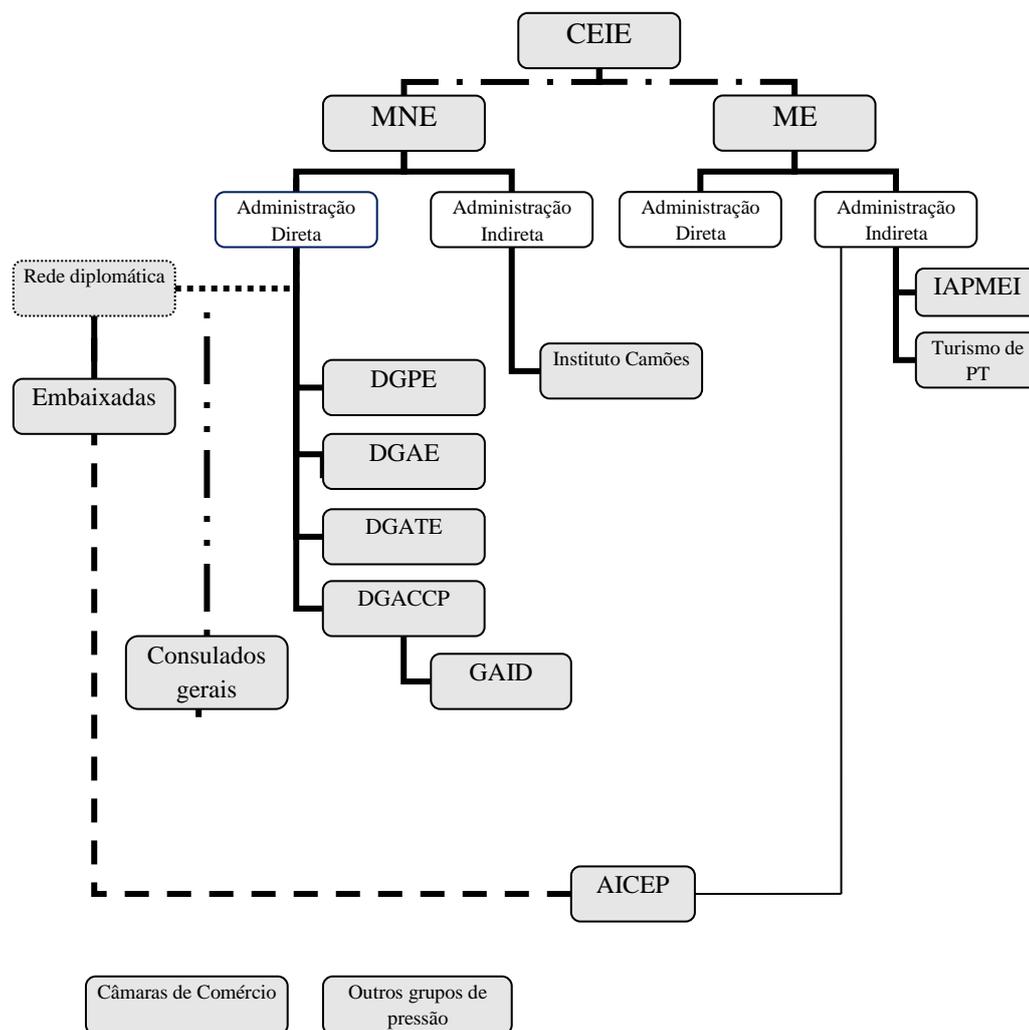


Figura 3: Modelo português de diplomacia económica

Fonte: Elaboração própria.

As entidades que se envolvem diretamente com a atividade diplomática a nível económico são: as embaixadas (trocam informações com DGPE, DGAE, DGATE), os consulados, a AICEP, as Câmaras de Comércio, o GAID, o Turismo de Portugal, e o IAPMEI.

Procedendo a uma análise e enquadramento teórico destas relações, tendo em consideração a rede de protagonistas de diplomacia económica em interação, deparamo-nos com dois tipos de agentes: os agentes públicos (as embaixadas e representações da AICEP), e os agentes privados (bancos, agentes financeiros, Câmaras de Comércio, e empresas).

O Estado português através das embaixadas e das representações da AICEP promove a interação entre os diversos atores, nomeadamente os agentes privados tendo por objetivo uma abordagem inovadora da comunidade portuguesa na valorização da sua vertente empresarial, a captação de investimento, e o apoio à internacionalização das empresas portuguesas. Para tal ação a Embaixada tem contado com a colaboração da CCILL (Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa), que acaba por desempenhar um papel mais ativo dada a ausência de um representante permanente da AICEP⁶⁶.

O governo português criou, em 2012, dois regimes vocacionados para atrair o investimento direto estrangeiro: *Non-Habitual Resident Regime* (NHR) e a Autorização de Residência para a Atividade de Investimento (ARI). O NHR é aplicável, por um período de 10 anos, não só a investidores como a quem preencha um dos seguintes critérios: estar 180 dias em Portugal, ou ter uma residência no país. O ARI permite residência em Portugal, caso o interessado respeite as seguintes condições: ser cidadão de Estados terceiros, adquirir um bem imóvel num valor igual ou superior a 500 000 euros, ter investimento no valor mínimo de 1 milhão de euros, e criar 10 postos de trabalho. O investimento deve ser mantido por um período mínimo de 5 anos.

Estes regimes têm sido objeto de diligências por parte da Embaixada e o Consulado-geral junto das entidades luxemburguesas. Foram, por outro lado, apresentados numa iniciativa conjunta do BES e da EY Luxembourg (na sede desta última), de grande visibilidade e com a participação de vários decisores económicos, denominada “Portugal Attractiveness for Investors” que decorreu no dia 9 de dezembro de 2013.

⁶⁶ A delegação AICEP com sede em Bruxelas é responsável pelos mercados da Bélgica, Luxemburgo, e Suíça.

Traçando um perfil das empresas presentes no mercado luxemburguês, no total cerca de 5911⁶⁷, podemos afirmar que são, na sua maioria, pequenas e médias.

Encontram-se presentes no Luxemburgo cerca de 190 empresas de capital português (ver lista em anexo), na sua maioria ligadas ao setor da construção civil (por exemplo: Sopinor, Manuel Cardoso, e Ecogec). O segundo setor que congrega maior número de empresários lusos é o agroalimentar, sendo a Bexeb a maior importadora e distribuidora deste setor fornecendo as maiores superfícies comerciais, alguns restaurantes e bares. De referir que esta empresa somou, em 2013, cerca de 1 700 milhões de volume de negócios, e que cerca de 70% dos seus fornecedores são portugueses (Sumol Compal, Nobre, e Sogrape). O principal produto comercializado é o vinho (Porto, Dão, e Gazela). A Bexeb esteve também presente em dois dos maiores festivais organizados no Luxemburgo: Festival das Migrações, Culturas e Cidadanias, e Foire des Printemps.

Tive a oportunidade de visitar duas das maiores empresas de “capital português” presentes no mercado luxemburguês: a Sopinor e a Bexeb.

No dia 23 de Novembro de 2013 visitei as instalações da Bexeb, em Bascharage. Nesse dia decorreu uma degustação de vinhos e prova de enchidos portugueses, durante a qual foi possível perceber a procura destes por parte do público.

O administrador da Bexeb, Sr. Manuel Ferreira da Cunha, participou num encontro de empresários da diáspora (Leiria, 14-15 Dezembro de 2013), iniciativa conjunta do “Gabinete de Apoio ao Investidor da Diáspora” e da NERLEI (Associação Empresarial da Região de Leiria), onde terá tido contactos com empresários daquela região com vista a eventuais negócios. Importa salientar que a Bexeb conta com uma carteira cada vez maior de clientes luxemburgueses.

Visitei, no dia 21 de Abril, as instalações da Sopinor, na companhia do Dr. Rui Monteiro. Esta empresa, fundada em 2002, tem um volume de negócios que ronda os 28 milhões de euros, uma frota de 22 camiões, e emprega 250 trabalhadores, incluindo membros da nova vaga de imigração. A atividade da empresa encontra-se

⁶⁷ Dados referentes a 2012 disponíveis em www.cdm.lu

circunscrita ao Luxemburgo, tendo sede e instalações em Schiffflange. As obras que realiza consistem essencialmente na construção de vias de comunicação, em detrimento dos imóveis. Esta empresa importa granitos diretamente de Portugal.

4.2 - A AICEP

A Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP) sob a tutela do Ministério da Economia e Inovação pretende desenvolver a imagem de Portugal no mundo, enquanto país aberto a parcerias e a novas oportunidades de negócio, promovendo o comércio e o investimento, possui 46 escritórios, está presente em 40 países, entre os quais 17 localizados na Europa. Esta tenta desenvolver um ambiente que contribua para a expansão internacional das empresas portuguesas, fornecendo incentivos financeiros e fiscais, e lançando parcerias estratégicas, desenvolver novos projetos, e reduzindo o impacto do desinvestimento.

O principal objetivo desta agência é assistir as empresas portuguesas: apoiá-las nos negócios, fornecer informação sobre os mercados, disseminar as suas iniciativas, e promover as suas marcas e produtos. A AICEP opera então como facilitadora de negócios e de contactos comerciais.

Podemos então considerar que os representantes da AICEP recorrem à diplomacia económica como instrumento para alcançar o crescimento, procurando encontrar sinergias.

De forma a garantir maior efetividade aos objetivos a que se propõe esta agência foi elaborada uma estratégia de cooperação institucional entre a rede AICEP (presente em 40 países, rede significativa de 46 representantes nos cinco continentes) e as embaixadas e consulados gerais de Portugal no mundo, através da assinatura de uma parceria entre o Ministério dos Negócios Estrangeiros e o Ministério da Economia e Inovação, no ano 2006. Desta estratégia fazem parte também o IAPMEI e o Turismo de Portugal.

Como referiu Sandra Balão⁶⁸ deveremos sublinhar três conceitos: política externa, diplomacia, e diplomacia económica.

⁶⁸ Balão, Sandra, "Economic Diplomacy networks: the portuguese case", in *New Frontiers for Economic Diplomacy: some strategic issues based on the international conference*", ed. Costa, Carla Guapo da (Lisboa: ISCSP, 2009), 121-142.

A autora definiu política externa como a atividade que o Estado exerce fora das suas fronteiras políticas, considerando a diplomacia um dos seus instrumentos, implicando a negociação entre os Estados.

Balão considerou que a diplomacia económica portuguesa segue as orientações políticas do Banco de Portugal e do Banco Central Europeu.

A autora observou que a integração de Portugal em várias organizações supranacionais revela crescente preocupação com a situação de dependência, na medida em que num país com pequena dimensão territorial a diplomacia pode garantir a sobrevivência e independência.

Balão referiu que a diplomacia económica consiste num processo dinâmico das relações internacionais que contribui para a criação de interdependências que envolvem os países nas áreas da vida económica, social e política. Este processo envolve um número crescente de atores privados, dada a redução do setor público, exemplo disto é o surgimento das famigeradas parcerias público-privadas.

4.3 – A diáspora portuguesa e a sua importância na distribuição da rede diplomática

A rede diplomática portuguesa está presente em 72 países nos cinco continentes⁶⁹, e tem vindo a acompanhar os movimentos migratórios portugueses de forma a garantir que as nossas comunidades podem contar com uma extensão do serviço público mais próxima de si. Assim, podemos considerar que este movimento influencia determinantemente a instituição consular portuguesa. No quadro de uma *nova* estratégia é também função dos Consulados/Embaixadas apoiarem as empresas nacionais que pretendam internacionalizar-se, fornecendo a informação que lhes é disponibilizada pela AICEP ou Câmaras de Comércio, e facultando os contatos que estiverem disponíveis.

Segundo os dados apresentados pelo Secretário de Estado das Comunidades Portuguesas, Dr. José Cesário, no Seminário Diplomático do ano passado, que decorreu a 6 e 7 de janeiro, os destinos para os quais se verifica um maior volume de emigração portuguesa são: Brasil, Suíça, EUA, Reino Unido, e França.

De entre os tradicionais destinos da emigração portuguesa, o Luxemburgo passou a estar entre os primeiros a nível europeu durante a década de 70. Recentemente, desde 2008, estima-se que tenham emigrado para o Grão-Ducado cerca de 35 000 portugueses⁷⁰. Estima-se que o volume de inscrições consulares ativas ronde os 117 500. A título de curiosidade posso referir que entre 2006 e 2012 cerca de 5790 portugueses pediram a nacionalidade luxemburguesa, sendo que a partir de 2009 a lei luxemburguesa passou a permitir a dupla nacionalidade.

⁶⁹ Número de embaixadas referido no portal do IAPMEI, a 26 de setembro de 2014.

⁷⁰ Dados do Observatório da Emigração, a 24 de setembro de 2014, em anexo.

A comunidade portuguesa residente no Luxemburgo encontra-se consideravelmente bem integrada, contando com o apoio de cerca de 80 promotores sociais, entre eles o C.A.S.A⁷¹ e a C.C.P.L⁷².

Além do historial de emigração, e da existência de cerca de 190 empresas de capital português, surge então uma questão pertinente: a existência desta comunidade tem sido aproveitada para a divulgação de uma imagem positiva do nosso país? Este número tem tido impacto nas remessas e no fluxo das exportações?

⁷¹ Centro de Apoio Social e Associativo.

⁷² Confederação da Comunidade Portuguesa no Luxemburgo.

4.4- A estratégia diplomático-económica luxemburguesa: que perfil?

A sua posição geográfica condiciona à partida a sua estratégia diplomática, na medida em que se encontra entre as duas maiores potências da Europa Ocidental, Alemanha e França, que, como sabemos, foram protagonistas nas duas grandes guerras mundiais. Nesta medida é com naturalidade que o país sempre esteve na linha da frente em assuntos europeus, tendo sido membro fundador da Comunidade Económica Europeia, pois esta garante fortemente a inexistência de conflitos armados entre ambas. Assim, não causará surpresa o seu alinhamento ora com a França, ora com a Alemanha, em questões de política internacional, ilustrando o enfoque na diplomacia multilateral. A sua integração na Grande Região e no Benelux constituem provas da sua capacidade de cooperação e visão estratégica suportada naquilo que designam por “laboratório da Europa”.

Após ter assistido a alguns eventos promovidos pela Câmara de Comércio Luxemburguesa, especialmente a Conferência Diplomática, e a algumas reuniões entre os representantes da Embaixada e de variadas entidades luxemburgesas, como por exemplo: do Ministério da Economia e da Lux Innovation, considerei pertinente aludir brevemente a alguns dos eixos estratégicos da atuação política internacional luxemburguesa. O Grão-Ducado tem uma rede diplomática espalhada por 65 países, incluindo China, Singapura, e EUA. Em alguns países o Luxemburgo faz-se representar junto das embaixadas belgas ou holandesas, através da presença de um cônsul honorário. Além disso, existem 7 escritórios LTIO (Luxembourg Trade and Investment Offices) espalhados pelo mundo, em cidades como Tóquio, Nova Iorque, Seul, Shangai e Tel Aviv.

A 23 de abril último decorreu nas instalações da Câmara de Comércio Luxemburguesa uma conferência diplomática, na qual foram explanados os setores com maior interesse para o país: ICT, E-commerce, tecnologias da saúde, energias renováveis, e logística. Estas apresentações permitiram clarificar quais as áreas estratégicas para o Grão-Ducado a uma audiência composta maioritariamente por diplomatas e empresários.

Devemos ter em consideração o facto da economia luxemburguesa ser uma das poucas, a nível europeu, a manter o *rating* de AAA. Tal situação confere grande atratividade para investimento, bem como potencia a promoção da marca “Made in Luxembourg”.

Tal como em Portugal, é o ministério dos negócios estrangeiros e europeus que coordena e executa as ações de política externa. Este organismo é composto por um secretariado-geral, do qual fazem parte: o ministro dos negócios estrangeiros e europeus, da imigração e do asilo (MNEE/MEA), Dr. Jean Asselborn, o ministro da segurança social, do desporto, da cooperação e da ajuda humanitária, Dr. Romain Schneider (MSS/MD/MCAH), e o vice-primeiro-ministro, ministro da economia, administração interna, e defesa (ME/MAI/MD), Dr. Etienne Schneider.

Caso uma empresa luxemburguesa pretenda internacionalizar-se deverá contatar a Câmara de Comércio. Caso um investidor, por exemplo, chinês pretenda obter informações de como pode investir no Grão-Ducado basta contatar o LTIO (Escritório Luxemburguês para o Comércio e o Investimento) mais próximo, em Shangai.

A Câmara de Comércio tem uma presença diplomática forte, reconhecida e apoiada pelo secretariado-geral do MNEE, baseada no seu leque de parcerias. Esta promove missões económicas com o apoio das embaixadas e câmaras bilaterais.

O seguinte esquema permite clarificar o conjunto de instituições que enquadram a ação internacional:

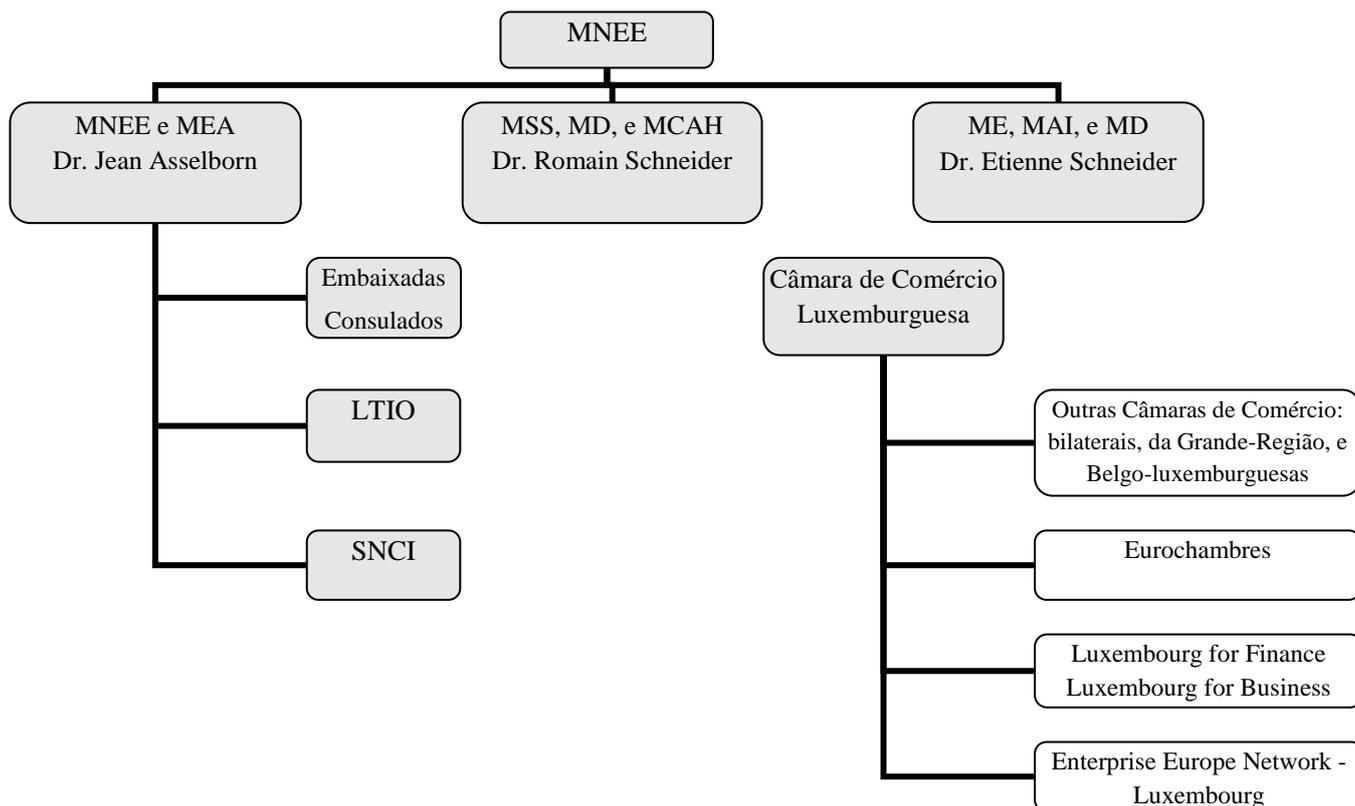


Figura 4: Instituições luxemburguesas de diplomacia económica

Fonte: Elaboração própria.

De notar que a relativa pequena dimensão territorial não constitui um obstáculo à afirmação do Grão-Ducado na política internacional, como referi anteriormente, beneficiando da sua centralidade no continente europeu, e de uma estabilidade política alcançada desde o final da 2ª guerra mundial. A sua ligação intrínseca ao projeto europeu foi reconhecida através da instalação de importantes instituições no seu seio territorial, como por exemplo: o Banco Europeu de Investimento, o Tribunal de Contas, e o Tribunal de Justiça.

Tal como ilustra o esquema acima os três ministros fazem parte da secretaria-geral do ministério dos negócios estrangeiros e europeus, sendo que as embaixadas, os consulados gerais, os LTIO, os cónsules honorários e os conselheiros de comércio externo constituem organismos dependentes. A SNCI, ou seja, Sociedade Nacional de Crédito e Investimento é uma agência vocacionada para conceder crédito às pequenas e médias empresas, bem como apoiar investimentos e a exportação.

Conclusão

No momento final de balanço das atividades desenvolvidas durante o estágio, que versou um programa abrangente e uma grande diversidade de contactos, bem como da análise documental realizada, deparei-me com o que podemos considerar, em grande medida, a confirmação das hipóteses que surgiram no decorrer da investigação.

Deste modo posso considerar que a embaixada está integrada numa rede mais vasta de atores, na qual se incluem a AICEP, o Instituto Camões, e a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa, que promove iniciativas de carácter diplomático-económico. Esta instituição desempenha, em última instância, o papel de promotor dos nossos produtos e de apoio à internacionalização das empresas, estabelecendo os contatos entre as partes.

Nesta lógica verificamos que a diplomacia económica é a forma como os agentes conduzem as relações económicas a nível internacional, nas duas esferas de negociação: interna e externa. Esta é uma atividade dinâmica que afeta e é afetada por questões económicas internacionais, possuindo crescente importância por exemplo no setor energético e ambiental.

A atividade diplomática sofreu então um forte impacto motivado pelo processo globalizante, que por um lado se refletiu no crescimento dos fluxos comerciais internacionais, e num clima relativamente estável. Contudo, o elevado grau de dependência acaba por conferir uma nova dimensão às crises financeiras. Atualmente a globalização tem implicado o surgimento de uma rede de cidades globais, estas registam um crescimento mais acentuado face à realidade do seu próprio país.

Seguindo uma linha de análise SWOT, somos conduzidos à seguinte reflexão:

- A cooperação interinstitucional entre a embaixada, a AICEP, a CCILL, e o Instituto Camões constitui o ponto mais forte da estratégia portuguesa, pois permite uma maior divulgação e amplitude às iniciativas.

- A reduzida escala de ação das entidades bancárias nacionais num país com uma comunidade portuguesa que se destaca tão fortemente, sendo que apenas duas delas detêm uma posição consolidada no mercado (Caixa Geral de Depósitos e Banque BCP). De referir que o BES era, a meu ver, o que mais promovia iniciativas que divulgassem a imagem positiva do nosso país, tentando captar investimento direto estrangeiro, sendo que inesperadamente faliu e foi nacionalizado.
- A importância do Grão-Ducado enquanto centro financeiro mundial, e o grau de atratividade que exerce face a investidores de todo o mundo, e a elevada dependência face ao exterior, potenciam as oportunidades de exportação, de captação de investimento direto, e de promoção turística.
- A maior “ameaça” a esta estratégia é a forte concorrência alemã, belga e francesa, que além de constituírem os principais parceiros de negócios, introduzem no mercado produtos de elevada qualidade.

Por fim apresento as seguintes sugestões:

- Alargamento da rede AICEP ou a inclusão de um adido económico por um período experimental;
- Elaboração de um estudo de forma a identificar os resultados das iniciativas, tendo por objetivo a promoção de uma maior efetividade, ou seja, o incremento da obtenção de resultados práticos;
- Realização de estudos de mercado anuais para saber o que procura o consumidor;
- Aposta em novos setores e novos produtos;
- Promoção de parcerias entre empresários lusos radicados noutros mercados e empresas em Portugal, criando um clima de confiança e transparência negocial, identificando setores-chave: como o agroalimentar e a construção civil;

- Avaliação da distribuição da rede diplomática repensando os mercados-alvo (Rússia, Japão, China), incluindo os novos centros financeiros na estratégia;
- Adaptação da estratégia de promoção comercial ao mercado-alvo, por exemplo realizar campanhas em luxemburguês.

Por fim devemos entender que a internacionalização do tecido empresarial português passa em grande medida por fatores endógenos, nesta lógica devem ser levadas a cabo iniciativas que promovam o empreendedorismo, bem como de um reforço dos serviços de consultadoria às empresas, e apoio sustentado ao seu crescimento. Torna-se premente a aposta clara na desburocratização do Estado e na celeridade de processos que permitam a criação de empresas, bem como um apoio à sua internacionalização. Além da divulgação dos apoios a projetos concedidos a nível europeu pelo Banco Europeu de Investimento e pelo Fundo Europeu de Investimento.

Notas finais

Esta foi uma primeira aproximação a esta temática num quadro de um estágio limitado no tempo, e ainda afetado por um período adaptação inicial.

Tenho consciência que um relatório desta natureza não esgota todas as vertentes e a própria complexidade do exercício diplomático, bem como das suas externalidades.

Desta forma não será demais deixar um breve excerto de Domingos Valente para refletir: “Face à intensidade de programação de ações de diplomacia económica (...) os diplomatas tentam provar que a praticam, desde há muito tempo e combatem a imagem da diplomacia tradicional, popularmente conhecida por diplomacia do “cocktail”, ultimamente, diplomacia do “croquete”, a dar cobertura a uma ociosidade e vida superficial de salão, típica dos diplomatas. Efetivamente, mesmo em receções e refeições protocolares se pode e tem conseguido “influenciar pessoas, resolver dificuldades, inteirar-se de novidades ou diligenciar, junto de poderes fácticos a favor de Portugal, dos cidadãos e das suas empresas”. O êxito da diplomacia económica prende-se com a qualidade e o custo dos produtos e serviços, com a excelência da esfera global aos turistas, com o reforço em meios humanos e financeiros disponibilizados às representações diplomáticas portuguesas”.⁷³

⁷³ Valente, Domingos Antunes, *Diplomaticamente (Introdução a Estudo da Diplomacia)* (Setúbal: D.A. Valente, 2013), 164.

Referências bibliográficas

Livros:

Barston, R.P., *Modern diplomacy*. Great Britain: Longman, 1997

Bayne, Nicholas and Woolcock, Stephen, *The new economic diplomacy: Decision making and negotiation in international economic relations*. United Kingdom: Ashgate, 2011

Bergeijk, Peter, Okano-Heujmans, Maaïke and Melissen, Jan, *Economic Diplomacy: economic and political perspective*. Netherlands: Martinus nijhoff publishers/Brill academic, 2011

Berridge, G.R., *Diplomacy: Theory and Practice*. Great Britain: Palgrave Macmillan, 2005

Berridge, G.R. and James, Allan, *A dictionary of diplomacy*. Great Britain: Palgrave, 2003

Bolewski, Wilfried, *Diplomacy and International Law in Globalized Relations*. Berlin: Springer, 2007. Acedido a 2 de junho de 2014, <https://webvpn.uminho.pt/http/0/link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-540-71101-8>

Cooper, Andrew F., Heine, Jorge and Thakur, Ramesh, *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Great Britain: Oxford University Press, 2013

Costa, Carla Guapo, *New Frontiers for economic diplomacy: some contributions on strategic issues based on the international conference “new frontiers for economic diplomacy”*. Lisboa: ISCSP, 2009

Feketekuty, Geza, *Policy Development and Negotiations in International Trade: A Practical Guide to Effective Commercial Diplomacy*. USA: 2012

Fernandes, José Pedro Teixeira, *Elementos de Economia Política Internacional*. Coimbra: Almedina, 2013

Guimarães, Maria Helena, *Economia Política do Comércio Internacional: Teorias e ilustrações*, Cascais: Principia, 2005

Johnson, E.A., *The dimensions of diplomacy*. USA: The Johns Hopkins Press, 1964

Jönsson, Christer, and Martin, Hall, *Essence of diplomacy*. Great Britain: Palgrave Macmillan, 2005

Kerr, Pauline and Wiseman, Geoffrey, *Diplomacy in a globalizing world: theories and practices*. New York: Oxford University Press, 2013

Kissinger, Henry, *Diplomacy*. Traduzido por: Ana Cecília Simões, Antonieta Nabais, Cristiana Vasconcelos Rodrigues, Eda Lyra, Fernanda Neves Pereira, Isabel Mafra, Isaura Siva, Luísa Ayala Botto, Maria João Cordeiro, Maria João Goucha e Rui Elias. Lisboa: Gradiva, 1994.

Magalhães, José Calvet de, *A Diplomacia Pura*. Lisboa: Bizâncio, 2005

Melissen, Jan, *The new public diplomacy: Soft power in International Relations*, Great Britain: Palgrave, 2005

Moita, Luís, Farto, Manuel, Nunes, Sérgio, and Morais, Henrique, *A nova diplomacia económica: análises e perspectivas*. Lisboa: Universidade Autónoma de Lisboa, 2007

Barbé, Esther e Serra, Antonio Truyol y, Trad. *Escritos sobre política internacional*. Morgenthau, Hans, Madrid: Editorial Tecnos, 1990

Morgiardin, Maria Regina de, *Diplomacia*. Coimbra: Almedina, 2007

Rana, Kishan S., *Bilateral diplomacy*, New Delhi: Manas Publications, 2002

Riordan, Shaun, *The new diplomacy*. Great Britain: Polity Press, 2003

Snow, Nancy and Taylor, Philip M., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2009

Steger, Ulrich, *Corporate Diplomacy: The strategy for a Volatile, Fragmented Business Environment*, Great Britain: Wiley, 2003

Trausch, Gilbert, *Histoire du Luxembourg*, Paris : Hatier, 1992 Trad. Ministère de la Culture Luxembourgeoise et Fórum Portugal-Luxemburgo, Luxembourg, 2012

Valente, Domingos Antunes, *Diplomaticamente (Introdução ao Estudo da Diplomacia)*, Setúbal: D.A. Valente, 2013

Artigos:

Creusen, Harold and Lejour, Arjan, “Market entry and economic diplomacy”. *Applied Economics Letters* 20 (2013) 504-507. Acedido a 23 de junho de 2014, <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=37176576>

Ferguson, Shon e Forslid, Rikard, “Sizing Up the Uneven Impact of Embassies on Exports” (paper, julho 2013). Acedido a 29 de setembro de 2014, <http://www.etsg.org/ETSG2013/Papers/007.pdf>

Hey, Jeanne A. K., “Luxembourg's Foreign Policy: Does Small Size Help or Hinder?”. *Innovation: The European Journal of Social Science Research* 15:3 (2002) 211-225. DOI: [10.1080/1351161022000027621](https://doi.org/10.1080/1351161022000027621)

Leal, Ana Catarina Pereira Mendes, “A diplomacia económica em Portugal no século XXI – que papel no investimento directo português no exterior?”, *Negócios Estrangeiros*, Julho de 2007. Acedido a 5 de maio de 2014. <https://infoeuropa.euroid.pt/files/database/000039001-000040000/000039786.pdf>

Moons, Selwyn e Bergeijk, Peter, “Economic diplomacy works: a meta-analysis of its effect on international economic flows” (paper apresentado no MAER Colloquium, 5-7 setembro, 2013). Acedido a 3 de outubro de 2014. http://www2.gre.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0015/822102/Selwyn-J.V.-Moons-and-Peter-A.G.-van-Bergeijk-Economic-Diplomacy-Works-a-meta-analysis-of-its-effect-on-international-economic-flows.pdf

Muldoon, James P. Jr. “The diplomacy of business”. *Diplomacy and Statecraft*, 16:2 (2005) 341-359. DOI: [10.1080/09592290590948397](https://doi.org/10.1080/09592290590948397)

Naray, Olivier “Commercial Diplomacy: A Conceptual Overview” (paper apresentado 7th World Conference of TPOs – The Hague, The Netherlands, 2008). Disponível online em: http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Trade_Support_Institutions/TPO_Network/Content/Conferences/2008/NarayConferencepaper.pdf

Rana, Kishan S. and Chatterjee, Bipul, “Introduction: The role of embassies”, in *Economic Diplomacy: India’s Experience*. [Acedido a 10 de junho de 2014]. Disponível em: http://www.cuts-international.org/pdf/Chapter1_Kishan-S-Rana_and_Bipul-Chatterjee.pdf

Rehker, Helmut “Chambers of Commerce under Public and Private Law”, *International Trade Center – International Chamber of Commerce*, Genebra, 1982. Disponível em: <http://www.iccwbo.org/Data/Documents/Chamber-Services/Chambers-of-commerce-under-public-and-private-law/>.

Rigo-Ordeix, Enric, Duarte, João, “From public diplomacy to corporate diplomacy: increasing corporation’s legitimacy and influence” *American Behavioral Scientist* 53(4) 549–564 (2009). DOI: [10.1177/0002764209347630](https://doi.org/10.1177/0002764209347630)

Rose, Andrew K., “The Foreign Service and Foreign Trade: Embassies as Export Promotion” *NBER working paper series* No. 11111 (2005). <http://www.nber.org/papers/w11111.pdf>

Saner, Raymond e Yiu, Lichia, “International economic diplomacy: mutations in Post-modern times” *Discussion papers in diplomacy* (2003). http://clingendael.info/publications/2003/20030100_cli_paper_dip_issue84.pdf

Szondi, Gyorgy, “Public diplomacy and nation branding” *Discussion papers in diplomacy* (2008). http://www.clingendael.nl/sites/default/files/20081022_pap_in_dip_nation_branding.pdf

“World Trade Report: Factors shaping the future of world trade” (2013). Acedido a 26 de agosto, http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/world_trade_report13_e.pdf

Teses de mestrado:

Barwinski, Susana Maria Correia da Silva Pinto “Diplomacia económica portuguesa: o papel e o apoio à internacionalização das empresas”. Dissertação de Mestrado em Relações Internacionais, Universidade do Minho, 2012

Joaquim, Cláudia Claro, “A Diplomacia Económica Portuguesa e a Internacionalização da Banca: Estudo de Caso”, Dissertação de Mestrado em Ciências Económicas, Universidade Técnica de Lisboa, 2011

Rodrigues, Carolina Almendra Magalhães O papel das Câmaras de Comércio nas relações comerciais internacionais - O caso da Câmara de Comércio Luso-Belga-Luxemburguesa, Relatório de estágio, Universidade Nova de Lisboa, 2013

Legislação:

Benelux:

"Traité instituant de L'Union économique Benelux", La Haye, 3 février 1958 [Consulté 8 de mai 2014] Disponible en: http://www.cvce.eu/obj/traite_instituant_1_union_economique_benelux_la_haye_3_fevrier_1958-fr-462205c0-ef9d-4eb5-8d60-fe8107148368.html

Portuguesa:

Decreto-Lei n.º 48295 “Convenção de Viena sobre as relações diplomáticas celebrada em Viena em 18 de abril de 1961” de 27 de Março de 1968 do Governo da República, [Consult. 10 de julho de 2014] Disponível em: <http://www.gddc.pt/siii/docs/dl48295.pdf>

Decreto-Lei n.º 183/72 “Convenção de Viena sobre as relações consulares celebrada em Viena a 24 de abril 1963” de 17 de maio de 1972, [Consult. 10 de julho de 2014] Disponível em: <http://www.gddc.pt/siii/docs/dl183-1972.pdf>

Resolução do Conselho de Ministros nº152/2006, Diário da República: 1ª série, No 216 [Consultado 13 de agosto de 2014]. Disponível em <http://www.iict.pt/GTleD/arquivo/AICEP/AICEP-anx007.pdf>

Luxemburguesa:

Constitution du Grand-Duché du Luxembourg, 17 octobre 1868, Ministère d'État - Service Central de Législation [Consulté 19 de novembre de 2013], <http://www.legilux.public.lu/leg/textescoordonnes/recueils/Constitution/Constitution.pdf>

Règlement d'ordre interne de la Chambre des Métiers, Journal Officiel du Grand-Duché du Luxembourg : A, N° 239 [Consulté 28 novembre 2013]. Disponible en : <http://www.legilux.public.lu/leg/a/archives/2011/0239/a239.pdf>

Loi du 21 décembre 2012 concernant le budget des recettes et des dépenses de l'Etat pour l'exercice 2013, Journal Officiel du Grand-Duché du Luxembourg : A, N° 273 [Consulté 19 de novembre 2013]. Disponible en : <http://www.legilux.public.lu/leg/a/archives/2012/0273/a273.pdf>

Loi du 26 octobre 2010 portant Réorganisation de la Chambre de Commerce, Journal Officiel du Grand-Duché du Luxembourg : A, N°191 [Consulté 29 octobre 2014], disponible en : <http://www.legilux.public.lu/leg/a/archives/2010/0191/a191.pdf#page=2>

Webgrafia

AICEP: <http://www.portugalglobal.pt>

Anuário de empresas: <http://www.editus.lu/fr>

Benelux: <http://www.benelux.int/fr>

Câmara dos Assalariados: www.csl.lu

Câmara de Comércio Luxemburguesa : <http://www.cc.lu>

Câmara dos Deputados: www.chd.lu

Câmara dos Ofícios: <http://www.cdm.lu>

CCILL: www.ccill.lu

MNE: <http://www.portugal.gov.pt/pt/os-ministerios/ministerio-dos-negocios-estrangeiros.aspx>

Ministério dos Negócios Estrangeiros e Europeus: <http://www.mae.lu>

Observatório da Emigração:

<http://www.observatorioemigracao.secomunidades.pt/np4/home.html>

Portal do governo luxemburguês: <http://www.gouvernement.lu>

Portal das comunidades portuguesas:

<http://www.secomunidades.pt/web/guest/PostosConsulares>

Presidência grega do Conselho da Europa:

http://gr2014.eu/sites/default/files/CALENDAR_events_councils%20%20%281%29.pdf

Representação da Comissão Europeia no Luxemburgo:

http://ec.europa.eu/luxembourg/index_fr.htm

STATEC: <http://www.statistiques.public.lu/fr/acteurs/STATEC/index.html>

ANEXOS



Embaixada de Portugal Luxemburgo

DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE: Trata-se de assegurar, junto do mercado luxemburguês, a presença, com carácter permanente, de uma «antena/ponto de contacto» com funções de acompanhamento da dinâmica empresarial local, tendo nomeadamente em conta as mais-valias decorrentes de uma mais estreita colaboração entre a Embaixada de Portugal e o Consulado-Geral (estando prevista a conclusão, até ao final do presente ano, do processo de co-localização das respectivas instalações) e ainda a prestigiada Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa (CCILL).

A presença de um estagiário nas instalações conjuntas da Embaixada e do Consulado-Geral (que abrange um universo de cerca de 100.000 portugueses, número equivalente a um quinto da população local) viria, por outro lado, a traduzir-se num precioso apoio local para a AICEP, cujo representante neste país (sedeado em Bruxelas) é, recorde-se, responsável pelos mercados da Bélgica, Luxemburgo, Países Baixos e Suíça.

Aquele estagiário viria ainda a beneficiar do interesse demonstrado pela referida Câmara de Comércio bilateral que, para além do seu apoio logístico (incluindo a disponibilização de um gabinete próprio), estaria simultaneamente em condições de lhe facultar um acesso privilegiado a dezenas de empresários lusos presentes neste mercado (com destaque para os sectores da construção civil, importação e distribuição de produtos alimentares e vinhos portugueses, turismo, restauração e aluguer de veículos), mas também à poderosa Câmara de Comércio Luxemburguesa – com a qual deverá manter contactos regulares – e a outros decisores económicos locais (beneficiando ainda da presença de alguns dos principais bancos portugueses: CGD, BCP, BES e BPI).

Contaríamos, por outro lado, privilegiar os contactos com individualidades e instituições, nomeadamente do mundo científico e universitário, particularmente orientadas para a Inovação & Desenvolvimento e utilização de novas tecnologias.



Embaixada de Portugal Luxemburgo

O estagiário também poderia prestar apoio às empresas portuguesas que pretendam obter informações sobre as principais características deste mercado. Deverá ainda apurar setores económicos de interesse e oportunidades de negócios para as nossas empresas.

Ajudará, por outro lado, a Embaixada e o Consulado-Geral a divulgar uma imagem moderna e mais dinâmica e diversificada de Portugal junto do público português e luxemburguês. Ser-lhe-á assim facultado o maior acesso possível não só às empresas 'portuguesas' e às associações que asseguram o respectivo enquadramento institucional mas também às competentes autoridades luxemburguesas.

O estagiário poderá, por seu turno, tirar partido das sinergias decorrentes do previsto reforço da coordenação Embaixada/Consulado-Geral/Representação da AICEP/CCILL. Poderá ainda adquirir conhecimentos extremamente variados nomeadamente decorrentes do acompanhamento da situação económica do Luxemburgo, na sua qualidade de incontornável mercado financeiro internacional, e da sua inserção numa nova estratégia de intervenção diplomático-consular orientada para uma abordagem inovadora da Comunidade Portuguesa na ótica da valorização da sua vertente empresarial, tanto no plano interno como no âmbito do seu relacionamento com Portugal.

FUNÇÃO DO ESTAGIÁRIO: Acompanhar o panorama económico no Luxemburgo, com particular destaque para as atividades das empresas 'portuguesas' neste país (procurando identificar possíveis parcerias) e das Câmaras de Comércio e para a realização de feiras com interesse para a divulgação dos nossos produtos tendo em vista o objetivo de contribuir para uma acrescida internacionalização da economia portuguesa.

PLANO DE TAREFAS: Elaboração e actualização de listas/bases de dados, por setor de atividade, das principais empresas com capitais portugueses no Luxemburgo; estabelecimento de contactos regulares com as referidas empresas e com as associações de

S.



R.

Embaixada de Portugal Luxemburgo

natureza empresarial com destaque para a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburguesa (CCILL); participação em reuniões – nomeadamente na companhia de S.Exa o Embaixadora e/ou o Diretor do Escritório da AICEP – com os representantes das principais entidades económicas deste país, designadamente ao nível dos Ministérios setoriais e dos Negócios Estrangeiros; recolha de informações sobre feiras e outros certames de interesse para a divulgação de produtos portugueses; identificação de entidades e personalidades de interesse no domínio das relações económicas bilaterais tendo em vista a preparação de visitas ao nível da Embaixada/Representação Comercial, mas também de membros do Governo e no plano da preparação de missões empresariais portuguesas ao Luxemburgo; participação em *briefings* na área económica e financeira.

Lista de empresas de “capital português” presentes no mercado luxemburguês

Setor	Nome	Responsável	Morada da empresa	Telefone (00352)	Telemóvel	Contactos		Dimensão
						E-mail	Nº de empregados	
Construção	SOPINOR Constructions S.A.	Sr. Orlando Pinto	55, Rue Auguste Collart, L-3320 Bettembourg	52 30 06	621 307 457	orlando.pinto@sopinor.lu	250	
	Manuel Cardoso - Entreprise Général de Construction	Sr. Manuel Cardoso	1, Rue Sangenberg, L-5850 Howald	48 89 20-1		info@cardoso.lu	200	
	Cardoso Constructions SARL	Sr. Lino Cardoso	46, Rue Glesener, L-1630 Luxembourg	24 87 94 50		card2607@pt.lu	128	
	ECOGEC - Entreprise de Constructions	Sr. José Vieira	100, Rue de Godbrange, L-6118 Junglinster	78 96 96		info@ecogec.lu	101-250	
	Brevaco Succ SA	Sr. Alex Victor	16, Rue du Commerce, L-3895 Foetz	55 71 51			90	
	Almeida-Borges António	Sr. António Almeida	35, Robert Schuman-Stross, L-5751 Frisange	23 67 66 08			75	
	Plafa SARL	Sr. José Cardoso	15, Rue du golf, L-1638 Senningerberg	34 18 18		info@plafa.lu	60	
	Cardoso António S.A.	Sr. António Cardoso	5, Rue des Résidences, L-2434 Senningerberg	34 14 63		info@cardosoantonio.com	60	
	Cialux SARL	Sr. José M. Cardoso	15, Rue du golf, L-1638 Senningerberg	34 19 34-32		http://www.cialux.lu/contact/	60	
	Granitos e mármore	Carrelages Valente SARL	Sr. Rafael Soares	7, Rue du Baerendall, L-8212 Mamer	26 31 02 53		valente@pt.lu	50
Aquecimento	Nouvelle Gazeautherme	Sr. Jorge Rosa	106, Rue de Mamer, L-8081 Bertrange	31 80 24-1		gauzeautherme@internet.lu	50	
Construção	Real Constructions SARL	Sr. Alberto Lucas	Na Hemmesch, L-8506 Redange-sur-Attert	26 61 02 62		realcons@pt.lu	36	
Gruas	Gru-Lux SARL	Sra. Sandra Femandes	5, Rue du cietière, L-9099 Ingeldorf	80 29 40			33	
Construção	Copaco SARL	Sra Sandra dos Santos	2, Rue des Gaulois, L-1618 Luxembourg	48 33 32			30	
Construção	Portolux - Constructions SARL	Sr. Ricardo Lucas	1, Rue Bourberg, L-7611 Larochette	87 91 28		info@portolux.lu	30	
Aquecimento	Cool concept SARL	Sr. Fernand Marques	35, Rue JF Kennedy, L-7327 Stensel	26 30 51 85		info@coolconcept.lu	30	
Revestimentos	Marques Confort S.A	Sr. Mário Marques	12, Rue du commerce, L-3895 Foetz	26 55 03 43		info@marquesconfort.lu	29	
Revestimentos	Carrelage Mosaic Line SA	Sr. Fernando de Andrade	2, Rue de L'industrie, L-3895 Foetz	52 51 56		mosaic@pt.lu	29	
Construção	Ferreira Elísio SARL	Sr. Elísio Ferreira	64, Rue de Muehlenbach, L-2168 Luxembourg	26 43 10 98			27	
	Soares-Gonçalves SARL	Sr. Carlos Soares	23 B, route de Luxembourg, L-5408 Bous	26 66 43 53		soaresgoncalves@email.lu	25	
	Alves Constructions SARL	Sr. António Alves	35, Rue de la gare, L-8705 Useldange	23 63 91 27		info@alves-constructions.lu	21-50	
	E.G. Lux Constructions SA	Sr. Engenheiro Rui Neves	2, Rue de la gare, L-6910 Roodt-sur-Syre	26 78 70 72		eglux@pt.lu	21-50	
	Lemos Constructions SARL	Sr. César Lemos	147, Rue de Hollerich, L-1741 Luxembourg	36 74 11			21-50	
Aquecimento	Tavares da Silva Frères SARL	Sr. Agostinho da Silva	32, um Beil, L-7653 Heffingen	87 92 80			21-50	
Construção	Ambitech SARL	Sr. Carlos de Sousa	12, zone industrielle Hahneboesch, L-4562 Niederkorn	26 59 00 51		info@ambitech.lu	21-50	
Construção	CRS Thermic SARL	Sr. António de Sousa	44 A, Route de Luxembourg, L-4972 Dippach	37 85 59		crs@pt.lu	21-50	
Construção	Candido Teixeira SARL	Sra Sandra Teixeira	116, Rue Pasteur, L-3543 Dudelange	26 52 23 07		ct.constructions@pt.lu	20	
Carpintaria	Habilux Constructions SARL	Sr. José Teixeira	132, Rue de Luxembourg, L-7540 Rollingen (Mersch)	26 32 19 40		habilux@pt.lu	20	
Construção	De Schefflenger Schraimer SARL	Sr. Adelino da Silva	34, Rue du Moulin, L-3857 Schifflange	54 89 80			20	
Construção	Triofalux SARL	Sr. Octavio Fernandes	10, Rue Goell, L-5326 Contern	35 81 35			19	
Construção	Pro-Bati SARL	Sr. Jorge da Silva	9, Rue des roses, L-4955 Bascharage	59 49 45			19	
Janelas e portas	Vitor SARL	Sr. Vítor Cunha	18, Rue du Brill, L-4041 Esch-Sur-Alzette	54 08 02			18	
Janelas e portas	E-O-S SARL	Sr. Eduardo de Oliveira Soares	148, Route de Thionville, L-2610 Luxembourg	26 64 94 58		info@e-o-s.lu	18	
Construção	Freitas SARL	Sr. Eugénio Freitas	4, Route d'Echternach, L-6585 Steinheim	72 60 65-1		info@freitas.lu	15	
Construção	Costa Constructions	Sr. Wilson Costa	3, Rue de la Gare, L-8301 Capellen	30 80 35	621 142 132	coscap@pt.lu	15	
Aquecimento	N. Luxtecnic SARL	Sr. José Pinheiro	zone industrielle, L-8399 Windhof	39 92 92			15	
Pintura	Ambiente da Cruz SARL	Sr. Aníbal da Cruz	13, Route d'Esch, L-3230 Bettembourg	26 52 22 16			15	
Renovação de fachadas	Pinto Lux SARL	Sr. Paulo da Costa	59, Grand-rue, L-3394 Roeser	35 87 66			14	
Renovação de fachadas	Miralux SA	Sra Isabel Simões	27, zone op Zaemer, L-4959 Bascharage	26 52 26 82			12	
Sanitários	Placostyl sarl	Sr. Lino Soares	165C, Route de Longwy, L-4751 Petange	26 50 35 36	621 19 79 00	info@placostyl.lu	11	
Construção	Polysan SARL	Sr. Daniel Gonçalves	37, Rue de la gare, L-7535 Mersch	49 20 05			10	
Construção	Art du Bain SARL	Sr. Alberto Fernandes	6, Rue Pierre Risch, L-5450 Stadtbredimus	26 74 31 09			1 a 10	
Construção	M.G.C. Myriam Gonçalves Constructions	Sra Myriam Gonçalves	28, Rue du Moulin, L-9857 Schifflange	26 54 33 54			10	
Construção	Rosa & Neves Constructions	Sr. Edgar Neves	70 B, Route de Luxembourg, L-8440 Steinfort	29 97 30			1 a 10	
Sanitários	Jeda Rénovations SARL	Sr. Carlos da Cunha	6, Av d'Oberkorn, L-4640 Differdange	26 58 19 22			1 a 10	
Sanitários	Chauffage Sanitaire Rocha SARL	Sr. Sérgio Rocha	126, Porte des ardenes, L-9145 Erpeldange	26 80 28		rocha@rocha.lu	1 a 10	
Sanitários	Energie Verte SARL	Sr. Eduardo de Oliveira Soares	56, Rue d'Athus, L-4710 Pétange	26 59 46 01			1 a 10	
Aquecimento	Sat Elec SARL	Sr. Paulo de Carvalho	4, Rue hiel, L-5410 Beyren	26 74 74 56	621 23 63 14	info@sat-elec.lu	1 a 10	
Aquecimento	Chaud-Froid SARL	Sr. Rui Dias	102, Cité Roger Schmitz, L-7381 Bofferdange	26 48 00 26			1 a 10	
Aquecimento	Celsius SARL	Sr. Carlos Santos	4, zone industrielle am Bruch, L-3327 Crauthem	26 36 12 52			8	
Aquecimento	Clireco SARL	Sr. Fernando Marques	17, Rue des Ardenes, L-1133 Luxembourg	48 90 41			6	
Aquecimento	Manu Concassage SARL (material para minas)	Sr. Manuel Borges	19, avenue du Dr Gaasch, L-4818 Rodange	26 50 38 79			1 a 10	
Aquecimento	Tondelinox Luxembourg	Sr. Luis Gomes	82, Hautotross, L-9753 Heinerscheid	26 95 70 95			6	
Aquecimento	Anéa Echafaudages Luxembourg SARL (andaimés)	Sr. António de Simone	26, rue de Cessange, L-1320 Luxembourg	27 12 51 59			5	
Aquecimento	Florest SARL (pedras e estradas)	Sr. Manuel Martins	11, cité de Benn, L-3824 Schifflange	26 54 00 42			5	
Aquecimento	Marques José SARL	Sr. José Marques	24, rue Alexandre, L-4507 Differdange	58 77 59			3	

Outros	Marques José S.A.R.L.	Sr. José Marques	24, rue Alexandre, L-4507 Differdange	58 77 59			3
	Criolux S.A.R.L.	Sr. Manuel Pinto Madeira	9, cité Waertzgaertchen, L-5693 Elvange (Mondorf)	23 66 44 68			1
	Jardin Bricio S.A.R.L.		6 Rue Henri Kirpach, L-8237 Mamer	31 39 07	621 15 73 08		
	Acomonta armatures pour béton Sàrl	Sr. António Ramos	237, route de Thionville, L-5885 Howald	24 873 314		info@acomonta.eu	?
	Raposo (Caixilharias em alumínio)		27, Rue de Pont-Remy, L-2423 Luxembourg	26 98 84		info@raposo.lu	
	Mendes Installateurs		Esch-sur-Alzette	661 170 239		contact@installateur-mendes.lu	
	Bati-Constrote S.A.R.L.	Sr. Pinto Ribeiro	29, rue de Soleuvre, L-4487 Belvaux	26 59 44 61			?
	Gonçalves dos Santos Jocelia Marina	Arqª Marina Gonçalves	18, rue William Turner, L-2634 Luxembourg	621 62 69 64			
	Vimaranense S.A.	Sr. Novais de Castro	21, rue Helen Buchholz Galerie Comm. Marco Polo, L-4048 Esch-Sur	26 17 63 64			
	Cardoso & Frère		B.P. 1741, L-1017 Luxembourg	45 71 56			
	Sopidart S.A.R.L.	Sr. David Pacheco	11, chemin rouge, L-4480 Belvaux	26 59 09 04		info@sopidart.lu	
	JR Constructions S.A.R.L.	Sr. Paulo Jorge Pereira	2A, rue de Gralingen, L-9380 Merscheid	26 80 07 54			
	Madecolux - Mysticus	Sr. José Ribeiro	63, rue de hollerich, L-1741 Luxembourg	26 53 19 46			
	Cheminées César		74, route d'Arlon, L-8210 Mamer	31 99 86		cesar89@pt.lu	
	Contente Constructions S.A.R.L.	Sr. José M. Contente	281, route de Thionville, L-5884 Hesperange	36 79 15			?
	Santos Manuel S.A.R.L.	Sr. Manuel Santos	267, rue de Rollinggrund, L-2441 Luxembourg	44 14 55			?
Atelier métallique António Campos- AMAC S.A.R.L.	Sr. António Campos	101, rue Victor Hugo, L-5671 Altvies	23 66 17 33			1 a 10	
Textinova S.A.R.L. (azulejos e outros)	Sr. Neves Barros	120 Route du Vin, L-5405 Bech-Kleinmacher		621 497 337	mail@design.textinova.eu		
Design Metal SA	Sr. Vítor Lopes	20, rue des Ecoles, L-4551 Differdange	26 58 23 79			1 a 10	
Marinho Steel Trading SA (materiais)	Sra. Regina Marinho	94, rue de Belvaux, L-4025 Esch-Sur-Alzette	26 55 00 91			4	
Carte Blanche S.A.R.L.	Sr. Carlos da Silva	5, Kabesbierg, L-5741 Filsdorf	26 67 21 41		cblanche@pt.lu	16	
Cardoso & Fils	Sr. Olívio Cardoso	51, rue de Mensdorf, L-5380 Uebersyren	45 41 50-1		info@cardosofils.lu		
Electricidade (7)	Cardoso & Loureiro S.A.R.L.	Sr Manuel Cardoso	1, rue Sangenberg, L-5850 Howald	48 89 20			11 a 20
	Electrotechnique Prior Alexandre S.A.R.L.	Sr. Alexandre Prior	5, route de Luxembourg, L-5634 Mondorf-les-bains	26 67 05 97		eleprior@pt.lu	6
	Electricité Bauer Succ. Oliveira & Justo S.A.R.L.	Sr. Celso de Oliveira	13, route de Luxembourg, L-5551 Remich	22 70 80-1			11 a 20
	Electricité TOP - Elec S.A.R.L.	Sr. Miguel Palma	252, rue de Differdange, L-4438 Solcuvre	26 53 13 03			16
	Electro-Cardoso S.A.R.L.	Sr. António Cardoso	21, Letzebuergestrooss, L-5752 Frisange	23 66 88 66			22
	Electro Alveca S.A.R.L.	Sr. Avelino Barroco	50, Grand Rue, L-4575 Differdange	26 58 22 17			1 a 10
Electro Pinto S.A.R.L.	Sr. Paulo Pinto	27, rue um Knaepchen, L-9370 Gilsdorf	80 96 73		info@electropinto.lu	15	
Arquitectos (2)	De Oliveira Severo José	Arq. José de Oliveira	48, bd de la Pétrusse, L-2320 Luxembourg	48 34 62			1 a 10
	Jean-Paul Carvalho	Arq. Jean-Paul Carvalho	34, Rue Large, Esch-sur-Alzette				1 a 10
Jardinagem (5)	Entreprise de Jardinage Tony De Moura Sàrl	Sr Tony de Moura	10 Rue Joseph Muller, L-3651 Kayl	56 55 77			
	Lopes Frères Sàrl	Sr José Lopes	43 Cité Belle-Vue L-8365 Hagen	26 10 83 29			1 a 10
	Barrela et Martins S.A.R.L.	Sr Henrique Barrela	98, route de Bastogne, L-9176 Niederfeulen	81 87 51		bmf@pt.lu	11 a 20
	Florestalux SA	Sr. Cândido Araújo	17, Clos du berger, L-9161 Ingeldorf	26 80 31 75		florestalux@tele2.lu	11 a 20
Le Jardin Merveilleux S.A.R.L.	Sr. José Costa	20, rue de Kayl, L-9851 Schifflange	691 20 07 30			1 a 10	
Agro-alimentar (25)	Bexeb S.A.	Sr. Manuel Ferreira	13 z.a. Op Zaemer, L-4959 Bascharage	22 70 70		maferreira@bexeb.lu	21-50
	Primavera (5 padarias)	Sr. Rui Fernandes	5 Rue de l'Abattoir, L-3409 Dudelange	48 84 62		sales@primavera.lu	16 (total)
	Lusitania Alimentaire "O Barateiro" (2)	Sra Myriam Rodrigues	28, av Grande-Duchesse Charlotte, L-3440 Dudelange	51 16 77		lusitania@cegecom.lu	9
	Bicafé Luxembourg S.A.R.L.	Sr. António Gandra	1-3, Chemin rouge, L-4480 Belvaux	29 24 98			5
	Promo Center S.A.R.L.	Sr. José de Azevedo	201, rue de Luxembourg, L-7540 Rölligen (Mersch)	26 32 01 68			4
	Boissons Raposeiro S.A.R.L.	Sr. Jorge Raposeiro	70, Rue des Celtes, L-1318 Luxembourg	45 82 54-1		jorge@raposeiro.lu	
	Caves C.M. Matias S.A.R.L.	Sr. Carlos Mathias	11, Rue de l'Industrie, L-8068 Bertrange	31 66 88-1		info@cavesmathias.com	
	Socasta Sàrl, Wines and Foods of Portugal		24, Rue Dicks, L-5451 Stadbredimus	26 71 49 51		gsin@pt.lu	
	Jardin du Portugal	Sra Fátima Gonçalves	45, Grand Rue, L-9240 Diekirch	26 80 05 08			
	Vinoteka - au plaisir du vin		15, Rue de l'hyppodrome, L-1730 Bonnevoie	26 48 19 35			
	Caves du Portugal S.A.R.L.	Sr. João de Jesus	16, Rue de Mersch, L-7620 Larochette	87 91 68			
	Celeste grupo		30, Rue Joseph Kieffer, L-4176 Esch-Sur-Alzette	26 17 64 98			
	Caves au Porto Roi	Sr. José da Silva Antunes	135, Rue de Muhlenbach, L-2168 Luxembourg	26 68 30 83		info@portoroi.lu	
	Alimentaire e Frigel (produtos congelados)	Sr. Toni Rodrigues e M. So	28, Av G Duchesse Charlotte, L-3440 Dudelange	26 55 03 63		lusitania@cegecom.lu	
	Delta Cafés	Sr. José Manuel Costa	21 a Rue Gabriel Lippman, Parc d'activité Syrdall, L°5365 Munsbach	26 94 56 01	661 766 546	jose.manuel.costa@delta-cafes.lu	

	Epicerie Mondim de Basto		131, Rue de Bonnevoie, L-1261 Luxembourg	48 25 94		epiceriemondimdebastos@hotmail.fr	
	Epicerie/Boulangerie Neves	Sr. Moreira	51, Rue Baudouin, L-1218 Luxembourg	49 73 86		moreira@scarlet.be	
	Epicerie Creole	Sr. Orlando Sanches Gome	92, Grand rue, L-9051 Ettelbruck	26 81 01 06		info@epiceriecreole.com	
	Boucherie Ferreira (Talhós)	Sr. Pedro Ferreira	30, Rue Jos Kieffer, L-4176 Esch-Sur-Alzette	26 57 30 74		bouferre@pt.lu	
	Sud Viandes (Imp., transf. e venda de carnes)	Sr. Pedro Ferreira	30, Rue Jos Kieffer, L-4176 Esch-Sur-Alzette				
	Fernandes SARL	Sr. Henrique Fernandes	47, Rue de la gare, L-3377 Leudelange	40 61 83			1 a 10
	Cruz Services SARL (distribuidor)	Sr. Carlos Cruz-Dias	z.a.e. Solupla, L-8506 Redange-sur- Attert	39 59 39			13
	Novadelta Luxembourg SARL		21a, Rue Gabriel Lippmann, L-5365 Munsbach	26 94 56 01		info@delta-cafes.lu	
	Welcome plus (Restaurante, pastelaria, café)	Sr. Lopes	92, Rue du canal, L-4051 Esch-sur-Alzette	26 54 00 78	621 256 602		
	Boucherie Brill	Sr. Pinto Ferreira	49. Rue du Brill. L-4041 ESCH-SUR-ALZETTE	54 86 85		info@brill.lu	
	Martins Autoelectric SA	Sr. Carlos Martins	150, Boulevard JF Kennedy, L-4930 Bascharage	50 29 70			3
	Auto École Theis (Escola de Condução)	Sr. José Gonçalves	23, Rue Altrecht, L-3635 Kayl	56 78 09		aetjose@pt.lu	
	Auto -Rallye da Silva (Reparação de automóveis)	Sr. António Silva	8, Rue Millewée, L-7257 Walferdange	33 15 18			
	Garage Guillaume Pereira		Zone artisanale Um Woeller, 18, L-4410 Soleuvre	58 43 84	621 199 898	garage@pereira.lu	
	Top Auto SARL (garagem)	Sra Maria Teixeira	144, Route de Luxembourg, L-3254 Bettembourg	26 51 06 56			
	Delta - pneus Luxembourg SA	Sr. Miguel Santos	494, Route de Longwy, L-1940 Luxembourg	45 57 50-1			45
	Auto-service SARL	Sr. Carlos Pereira	19, Route de Thionville, L-2611 Luxembourg	26 48 00 49		info@auto-service.lu	10
Escritórios de representação	Caixa de Crédito Agrícola	Dr João Almeida	10, Boulevard Royal, L-2449 Luxembourg	26 50 03 60		ca.er.luxemburgo@creditoagricola.lu	
	Banque BPI	Dra Sofia Esperança Fernar	8, Rue 1900, L-2157, Luxembourg	24 87 24 11		madalena.sofia.fernandes@bancobpi.pt	
Balcões	Banco Espírito Santo	Dr. Fonseca Antunes	1, Rue Schiller, L-2519 Luxembourg	27 36 25 14		antonio.carvalho@bes.lu	
	Banque BCP	Dr. António Mota	5, Rue des Mérovingiens Op. Bourmicht, L-8070 Bertrange	40 21 21 - 251		antonio.mota@banquebcp.lu	
	Caixa Geral de Depósitos	Dr. Pedro McCarthy da Cui	7, Rue Goethe, L-1637 Luxembourg	29 96 76 330		pedro.dacunha@cgd.lu	
Seguradoras (2)	Lopes Assurances	Sr. Pedro Lopes	34, Dernier Sol, L-2543 Luxembourg	49 54 55-1			
	Fidelidade Seguros	Dr. André Gustavo	180, Route de Longwy L-1940 Luxembourg	49 52 53 1			
Lojas (3)	Jael Curiel (Pronto a vestir e Alta Costura)	Sra Jael Redinha	34, Rue Philippe II, L-2340 Luxembourg	621 14 68 58		jael@jaelcuriel.com	
	Boutique Ana Sousa (Alta Costura)	Sra Claire Valentine	9, Avenue De la Gare, L-1611 Luxembourg	26 48 19 77			
	Action Wear	Sr Pedro Martins	3A, Millewee, Bloc B2, L-7527 Walferdange	26 68 48 11		marketing@actionpub.lu	10
Empresas de limpeza (2)	Almeida SARL	Sra. Benvinda Almeida	12, Rue de Blaschette, L-7353 Lorentzweiler	26 64 90 90		allmaid@allmaid.eu	21-50
	CM Services	Sra. Marta Martins	139, Rue de Muehlenbach, L-2168 Luxembourg	29 08 86			
Informática (2)	IAV SARL	Sr. David Morais	2, Rue centrale, L-4974 Dippach	661 428 002			2
	T.C.S. - Traxx Computer Systems SARL	Sr. Cláudio da Silva	11, Rue de l'eau, L-9225 Diekirch	80 24 36			6
Contabilidade	Fiduciare Coimbra Expert	Sr. Filipe Coimbra	28, bd Grande Duchesse Charlotte, L-1330 Luxembourg	47 47 71		fcoimbra@ficolux.lu	6

Outros serviços (4)	Salon de Coiffure T&M (cabelereiros)	Sr. António Travessa	15, bd Royal, L-2449 Luxembourg	26 33 1880			
	Fleur'OR (florista)	Sra Olga Ribeiro	15, Rue de Basharage, L-4910 Hautcharage	621 299 125			1 a 10
	"Enjoy your life" (Fitness)	Sra Catarina Andrade		621 300 155			
	Inapa (Distribuição de papel)	Sra Catherine Ravasio	B.P. 87, 3901 Mondercange	31 85 08		info@inapa.lu	
Imobiliárias (6)	Imobiliária Macedo SARL		7, Route de Boevange L-7762 Bissen	85 92 28			
	Immobilier Sandra Lopes		22, Rue du Dix Octobre, L- 7243 Bereldange	691 90 18			
	Immobilier Mavilla		97, Rue de Luxembourg, L-4761 Pétange	50 34 61		info@mavilla.lu	
	IRL SARL	Sr. Rita Longo	32, Avenue de la liberté, L-1930 Luxembourg	26 48 11 44			1 a 10
	Immo-Média SARL	Sr. Paulo Gordo	116, Rue pasteur, L-3543 Dudelange	26 52 23 07			?
	Immo Contact	Sra Nélia Godinho	421, Route de Thionville, L-5887 Hesperange	26 31 19 92			1 a 10
Aluguer de veículos (10)	Araujo&Cie (Transports) SARL	Sr. António Araújo	35, Robert schuman-strooss, L-5751 Frisange	23 678-1			21 a 50
	Limosines da Costa						
	Benelux taxis	Sr. Jaime Gonçalves	BP 2794, L-1027 Luxembourg	48 11 22-24		jgoncalves@beneluxtaxis.lu	
	Inter Taxis	Sr. Jorge Matias	32, Rue d'Orchimont, L-2268 Luxembourg	40 52 52		info@intertaxis.lu	
	Groupe Morgado		136,Rue Victor Hugo, L-4141 Esch-Sur-Alzette	55 77 77		contact@taxisambulances.com	
	Táxis Mário Andrade (Transportadora)		27, Rue Christophe Colomb, L-1349 Gasperich		621 152 128	info@taxisandrade.com	
	Aral Hoscheid (camiões)	Sr. Aurélio Barros	36, Haaptsrooss, L-9835 Hoscheid-Dickt	26 95 93 33			8
	Taxi Alpha SARL	Sr. António Cunha	13, Rue Emile Mayrisch, L-3522 Dudelange	26 52 12 12			5
	Taxis Ambulances Musl Taxis SARL	Sr. Manuel da Costa	3, Rue du village, L-5430 Lenningen	26 72 94 44			
	Ambulances & Taxis Barroso		54 55 55		www.barroso.lu		
Stand automóveis	Euroccasion SARL	Sr. Manuel Teixeira	21, Robert Krieps, L-4702 Pétange	26 65 26 07			5
Livrarias (4)	Librarie Arte e Livro	Sr. António Correia	20, Rue des Gaulois, L-1618 Luxembourg	48 28 37			
	Papyrus	Sr. Almeida Fernando	53, Rue du brill, L-4042 Esch-sur-Alzette	26 58 16 84			
	Ribeiro SARL	Sra Arminda Ribeiro	37, Avenue de la Gare, L-1611 Luxembourg	49 65 17		ribeiromagasim@hotmail.com	
Papelaria	Papeterie du luxembourg SA	Sr. Henrique da Silva	13, Rue Haute, L-1718 Luxembourg	43 42 33			
Restaurantes (26)	Lisboa II	Sr Carlos dos Santos	90-92, Dernier Sol, Luxembourg	26 48 18 80		info@restlisboa.lu	
	Good Friend S.A.	Sr. Ricardo Correia	23, Rue Joseph Juncjk, L-1839 Luxembourg	26 64 97 23			
	La Gamba	Sr. Gamba	51, Rue Pierre Krier, L-1880 Luxembourg	26 48 31 17			
	La Grappe D'Or	Sr. José da Silva	7, Rue des Luxembourg, L-6402 Echternach	26 72 16 33		info@lagrappedor.lu	
	Galo D'oro	Sr. Jean Oliver	20, Rue d'Audun, L-4018 Esch-Sur-Alzette	26 540 914			
	Amazonas	Sr. Nuno Cunha	44, Rue des Hauts Fourmeaux, L-1719 Dommeldange	26 68 33 79			
	Atlântico	Sr. Nuno Lima	2, Route de Thionville, L-1231 Howald	49 18 69			
	Opus Mer	Sr. Avelino Azenha	68-70, Rue du Canal, L-4051 Esch-Sur-Alzette	26 530 758			
	Chez Paula	Sr. Uberschlag	4, Rue de Luxembourg, L-4760, Petange	26 50 08 51			
	Fado	Sr. Helder Lopes	6, Route de Luxembourg, L-4760 Petange	26 50 29 73			
	Bodega	Sr. Alberto Marques	5A, Rue du Curé, L-1368 Luxembourg	22 25 53			
	Chez Bacano		59, Rue de Clausen, L- 1342 Luxembourg	43 18 40			
	Odeon	Sr. Carlos Pereira	10, Rue Munchen-Tesch, L2173 Luxembourg	43 65 30		contact@odeon.lu	
	La Rivière	Sr. Orlando Ribeiro	77-79, Avenue de la Gare, L-9233 Diekirch	26 80 44 74			
	Fandango	Sr. Vieira dos Santos	20, Rue d'Arion, L-8399 Windhof	26 10 84 80			1 a 10
	Bairrada	Sra Maria Breda	62, bdv JF Kennedy, L-4170 Esch-Sur-Alzette	54 12 35			
	Lusitânia	Sr. Paulo Lopes	163, Route de Luxembourg, L-4973 Dippach	26 37 47 42			
	"Santola"		223, Rue Rollingergrund, L-2441 Luxembourg	44 89 77		info@santola.lu	
	Brasserie "A Capital"		89, Rue Adolphe Fischer, L-1520 Luxembourg	29 80 41		info@brasseriecapital.lu	
	Country Grill		29, Rue joseph Junck, L-1839 Luxembourg	26 12 04		info@countrygrill.lu	
	Pizzeria - Restaurant "Romântica"		4, Rue de la Gare, L-3236 Bettembourg	51 38 51			
	Avelino Azenha Simões	Sr. Avelino Azenha Simões	156, Route de Luxembourg, L-4973 Dippach	27 12 30			?
	Am Bureck SARL	Sr. Domingos Soares	3, Rue de Luxembourg, L-8077 Bertrange	31 46 48			1 a 10
	Champs Elysées Luxembourg	Sr. Victor Duarte	zone commercial de Pétange, L-4702 Pétange	691 67 80 20			1 a 10
	Aubergue Restaurant Osteria del Ponte	Sr. Antero Fonseca	65, Rue de la gare, L-4999 Schouweiler	26 37 80 42			
	Rodízio Perroquet		3, Rue de l' église L-4994 Schouweiler	37 13 72		info@rodizio.lu	

Proposition au Comité de Direction de la C.C.I.L.L.

Proposition to the Directive Committee of the CCILL

1. Intitulé de l'action proposée:

Questionnaire aux entreprises portugaises présentes sur le marché luxembourgeois

Questionnaire to "Portuguese companies" present at the Luxembourg market

Questionário às empresas de portuguesas presentes no mercado luxemburguês

2. But / Objectifs visés

- Caractériser les entreprises portugaises présentes sur le marché luxembourgeois ;
- Obtenir un répertoire avec des détails de ces entreprises;
- Comprendre si ces entreprises ont déjà importé produits du Portugal.
- Characterize the Portuguese companies present at the Luxembourg market;
- Get a directory with the contacts of these companies;
- Understand if these companies have already imported products from Portugal.
- Caraterizar as empresas de portuguesas presentes no mercado luxemburguês;
- Obter um diretório com os contactos dessas empresas;
- Entender se estas empresas já importaram produtos portuguesas.

3. Tactique / manière de la mettre en œuvre

Élaboration d'un questionnaire électronique, et postérieurement élaboration des questionnaires par téléphone ou personnellement.

Development of an electronic questionnaire, and later designing questionnaires by phone or personally.

Elaboração de um inquérito eletrónico, e posteriormente elaboração de inquéritos por telefone ou pessoalmente.

4. Quels sont les résultats attendus (+ détail quantifié)

- Savoir si ces entreprises ont déjà importé des produits du Portugal;
- Réussir que ces entreprises importent des produits du Portugal.

- Know if these companies had already import Portuguese products;
- Achieve that these companies import Portuguese products.
 - Saber se as empresas contactadas já importaram produtos portugueses;
 - Conseguir que as empresas contactadas importem produtos portugueses.

5. Quels sont les moyens nécessaires pour y arriver + coût éventuel

- moyens électroniques
- software

6. Résumé du plan d'action détaillé (actions, responsabilités et délais de mise en œuvre

Action	Responsable	Dates		Observations
		Prévue	Réalisé	
Élaboration des questionnaires Development of the questionnaires Elaboração dos questionários		20 de janvier	22 de janvier	
Application des questionnaires Application of the questionnaires Aplicação dos questionários				
Analyse des résultats obtenus Analyses of the results Análise dos resultados obtidos				
Application des questionnaires par téléphone ou				

<p>personnellement</p> <p>Application of the questionnaires by phone or personally</p> <p>Aplicação de inquéritos pessoais ou por telefone</p>				
<p>Analyse des résultats obtenus</p> <p>Analyses of the results</p> <p>Análise dos resultados</p>				
<p>Établir des contacts avec les entreprises intéressées</p> <p>Make contact with the companies that show their interest in import Portuguese products</p> <p>Estabelecimento de contactos com as empresas interessadas</p>				

Fiche présentée au Comité de Direction le 05/04 /2014 Par : Vanda Soares

Accord du Comité de Direction en date du:.../.... /201.... Signature :

Proposta de inquérito apresentada à CCILL

CCILL – Étude sur les entreprises luso-luxembourgeoises

“ L’opinion des entreprises luso-luxembourgeoises sur Portugal”

Objectifs :

- Évaluer la réputation du Portugal et des entreprises portugaises
- Identifier les lacunes et les points forts
- Identifier les secteurs et les opportunités d'affaires

Public :

Entreprises luxembourgeoises avec capital/management portugais (managers, responsables des ventes).

Structure du questionnaire :

- 1) **Identification de l’entreprise**
- 2) ***Image* du Portugal**
- 3) **Identification des relations commerciales avec le Portugal**
- 4) **Évaluation des rapports entre les entreprises et le Portugal.**
- 5) **Identification de nouveaux domaines d'intérêt**
- 6) **Éventuel engagement des entreprises vis-à-vis de la CCILL**
- 7) **Contacts**

Questions :

- 1) **Identification de l’entreprise :**
 - a. Secteur d’activité :
 - b. Date de début de leur activité :
 - c. Origine et nature de l’entreprise (nationale/multinationale) :
 - d. Dimension des entreprises avec lesquelles vous travaillez :
 - e. Chiffre d'affaires :
 - f. Marché (pays/régions) concernées par l’activité de l’entreprise :

Luxembourg	Europe	Grande Région	Reste du monde
------------	--------	---------------	----------------
 - g. Nombre de fonctionnaires :
 - h. Nombre de dirigeants de nationalité portugaise :

i. Nombre de langues parlées au sein de l'entreprise :

2) Image du Portugal

- a. Connaissez-vous les produits portugais ?
- b. Identifiez-vous les produits, services ou secteurs qui, à votre avis, reflètent un avantage compétitif du Portugal ?
- c. Identifiez-vous les produits, services ou secteurs qui, à votre avis, reflètent un atout du Portugal en matière d'innovation ?
- d. Avez-vous déjà visité le Portugal ?
- e. Comment qualifiez-vous les entreprises et les entrepreneurs portugais ?
- f. Comment qualifiez-vous les relations commerciales du Portugal par rapport aux autres pays ?

3) Identification des relations commerciales avec le Portugal

- a. Avez-vous déjà importé des produits et/ou des services en provenance du Portugal ? (si vous répondez non, passez directement au point 5)
- b. Exportez-vous des produits e/ou des services à partir du Portugal ?
- c. Quel type de produits/services importez-vous ?
- d. Quel est votre volume d'affaires avec le Portugal ?
- e. Avez-vous des investissements au Portugal ?

4) Qualité des relations commerciales :

- a. Êtes-vous satisfait avec les produits et services que vous importez ?
Excellent Bon Médiocre Mauvais
- b. Comment évaluez-vous les relations avec vos interlocuteurs ?
- c. Comment évaluez-vous les contacts commerciaux ?
- d. Comment évaluez-vous le transport et la livraison des produits et des services ?
- e. Comment évaluez-vous le fonctionnement du processus de facturation et des paiements ?
- f. Comment évaluez-vous le processus de résolution des conflits ?
- g. Comment évaluez-vous la capacité d'innovation ?

5) Identification des nouveaux domaines d'intérêt

- a. Seriez-vous intéressé à importer des produits ou des services en provenance du Portugal ?
- b. Seriez-vous intéressé à investir au Portugal ? Et dans quelques domaines ?
- c. Aimerez-vous exporter vos produits et/ou services au Portugal ?
- d. Cherchez-vous un service ou un produit en particulier ?
- e. Aimerez-vous connaître les mesures que le Portugal a créé afin d'encourager l'installation d'entreprises étrangères dans son territoire ?

6) Eventuel engagement des entreprises vis-à-vis de la CCILL

- a. Aimerez-vous être informé sur les produits et les services en rapport avec votre domaine d'activité ?
- b. Aimerez-vous connaître les entreprises portugaises situées dans votre secteur d'affaires ?
- c. Seriez-vous intéressé à participer dans des missions d'hommes ou femmes d'affaires au Portugal ?

7) Contacts

Afin d'assurer la poursuite de nos contacts, je vous prie de nous fournir des données supplémentaires :

- a) Nom/ fonction :
- b) Domaine d'activité :
- c) Numéro de téléphone ou portable :
- d) E-mail :

Souhaitez-vous recevoir notre newsletter ?

Bourse d'Opportunités d'affaires

GUIÕES DAS ENTREVISTAS

Preparação da reunião com o Dr. António Mota

Banque BCP

- 1- Qual é o papel deste banco na promoção do investimento em Portugal?
- 2- Quais são os instrumentos de que dispõem para ajudar as empresas portuguesas que pretendam internacionalizar-se?
- 3- Pode fornecer-me alguns dados sobre os investidores luxemburgueses, e sobre os investidores da Grande Região?
- 4- Qual prevê ser o impacto da União Bancária no panorama bancário?
- 5- Qual o "papel" das entidades públicas portuguesas, nomeadamente da própria Embaixada e da AICEP no impulso, ajuda e acompanhamento da ação dos privados? Em que medida é, esse papel, imprescindível e útil?

Preparação da entrevista à Dr.^a Maria Lurdes Gonzalez e ao Dr. João Almeida

Crédito Agrícola

- 1- Enquanto escritório de representação que tipos de operações conseguem realizar?
- 2- Qual é o papel deste banco na promoção do investimento em Portugal?
- 3- Quais são os instrumentos de que dispõem para ajudar as empresas portuguesas que pretendam internacionalizar-se?
- 4- Pode, por favor, fornecer-me alguns dados sobre os investidores luxemburgueses, e sobre os investidores da Grande Região.
- 5- Qual é o seu posicionamento face à União Bancária?
- 6- Qual é o "papel" das entidades públicas portuguesas, nomeadamente da própria Embaixada e da AICEP no impulso, ajuda e acompanhamento da ação dos privados? Em que medida pode ou é, esse papel, imprescindível e útil?

Entrevista ao Dr. Pedro McCarthy da Cunha

Caixa Geral de Depósitos

- 1- Enquanto escritório de representação que tipos de operações conseguem realizar?
- 2- Qual é o papel deste banco na promoção do investimento em Portugal?
- 3- Quais são os instrumentos de que dispõem para ajudar as empresas portuguesas que pretendam internacionalizar-se?
- 4- Pode, por favor, fornecer-me alguns dados sobre os investidores luxemburgueses?
- 5- Qual é o seu posicionamento face à União Bancária?
- 6- Que "papel" desenvolvem as entidades públicas portuguesas, nomeadamente da própria Embaixada e da AICEP no impulso, ajuda e acompanhamento da ação dos privados? Em que medida pode ou é, esse papel, imprescindível e útil?

Entrevista ao Dr. António Carvalho

BES

- 1- Qual é o papel desempenhado por este banco na promoção do investimento em Portugal?
- 2- Quais são os meios de que dispõe para ajudar as empresas portuguesas que pretendam internacionalizar-se?
- 3- Qual é a posição do BES face à União Bancária e fim do sigilo bancário no Luxemburgo?
- 4- Qual considera ser o papel desempenhado pelas entidades públicas portuguesas nomeadamente embaixada e AICEP em complemento da ação dos agentes privados?

A emigração portuguesa para o Grão-Ducado do Luxemburgo

Quadro 1. População residente, por naturalidade e nacionalidade, 2008-2014

		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
População total	N	483.800	493.500	502.066	512.400	524.900	537.000	549.700
Total de nascidos no estrangeiro	N	n.d.	n.d.	n.d.	205.162	n.d.	n.d.	n.d.
	% da pop. total	n.d.	n.d.	n.d.	40	n.d.	n.d.	n.d.
Nascidos em Portugal	N	n.d.	n.d.	n.d.	60.897	n.d.	n.d.	n.d.
	% do total de nascidos no estrangeiro	n.d.	n.d.	n.d.	30	n.d.	n.d.	n.d.
	% da pop. total	n.d.	n.d.	n.d.	12	n.d.	n.d.	n.d.
Total de estrangeiros	N	205.900	215.500	216.400	220.500	229.900	238.800	248.900
	% da pop. total	43	44	43	43	44	44	45
Com nacionalidade portuguesa	N	76.600	80.000	79.800	82.400	85.300	88.200	90.800
	% do total de estrangeiros	37	37	37	37	37	37	36
	% da pop. total	16	16	16	16	16	16	17

Nota: os valores respeitam a 1 de Janeiro dos anos respectivos.

Fonte: [Le Portail des statistiques du Luxembourg, état de la population, recensement de la population](#) (acedido em 29/05/2014).

Quadro 2. Registos consulares, stock em 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total	82.855	87.851	91.295	96.467	99.738	103.009
Total de nascidos em Portugal	50.982	53.435	55.947	58.860	60.502	n.d.
Total de portuguesas	82.592	86.880	91.295	96.182	99.463	n.d.

Fonte: consulados portugueses no estrangeiro e Sistema de Gestão Consular (DGACCP), valores de 31/12/2011 extraídos no dia 05/09/2012 e anteriores actualizados na mesma data, valores de 31/12/2012 extraídos no dia 09/04/2013 e de 28/02/2014 referentes a 2013 extraídos no dia 14/05/2014.

Quadro 4. Movimento da população portuguesa, 2006-2013

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Total de entradas de estrangeiros	14.352	16.675	17.758	15.751	16.962	20.268	20.478	21.098	
Entrada de portugueses	N	3.796	3.761	4.531	3.844	3.845	4.977	5.193	4.590
% do total de entradas de estrangeiros		26	23	26	24	23	25	25	22

Nota: os valores foram revistos em 23/05/2014 e correspondem apenas às entradas de portugueses. Os valores do saldo das entradas e saídas de portugueses encontram-se em [Arrivals, départs and net migration 1967 - 2012](#).

Fonte: [Le Portail des statistiques du Luxembourg](#), Mouvement de la Population, [Arrivées, 1967 - 2013](#) (accedidos em 17/07/2014).

Quadro 5. Aquisição de nacionalidade, 2006-2012

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	1.084	1.311	1.129	4.022	4.311	3.405	4.680
Portugueses	330	383	245	1.242	1.351	1.085	1.155

Nota: a [lei da nacionalidade](#) de 2008, com efeitos em 2009, dispensou a obrigatoriedade de renúncia à nacionalidade de origem para adquirir a nacionalidade luxemburguesa.

Fonte: [Ministère de la Justice](#), [Chiffres clés](#) Statistiques en matière d'indigénat (accedido em 10/05/2013).

Quadro 6. Remessas, em milhares de euros, 2006-2013

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Enviadas para Portugal	81.835	91.620	73.040	82.287	84.475	67.848	74.532	86.937
Recebidas de Portugal	1.211	1.737	1.300	1.319	1.326	1.263	1.772	1.449
Saldo	80.624	89.883	71.740	80.968	83.149	66.585	72.760	85.488

Fonte: [Banco de Portugal](#), [BP stat](#), [Exploração multidimensional](#), Quadros predefinidos, [Estatísticas de balança de pagamentos](#), [Remessas de emigrantes/imigrantes](#) (valores de 2011, 2012 e 2013) (accedidos em 07/04/2014).

Fonte: <http://www.observatorioemigracao.secomunidades.pt/np4/paises.html?id=133>



Luxemburgo - Síntese País e Relacionamento Bilateral

Informação Geral sobre o Luxemburgo

Área (km²): 2.586

População (milhares hab.): 538 (2013)

Capital: Luxemburgo

Língua oficial: Letzeburgish (luxemburguês), francês e o alemão

Chefe de Estado: Grão-Duque Henri Albert F. Marie Guillaume

Primeiro-Ministro: Xavier Bettel

Risco de crédito: (*)

Unidade monetária: Euro (EUR)

Tx. câmbio (média): 1 EUR = 1,3592 USD (junho 2014)

* País "não classificado" na tabela risco da OCDE. Não é aplicável o sistema de prémios mínimos.

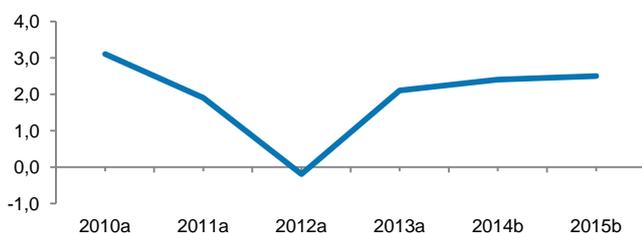
Principais Indicadores Macroeconómicos do Luxemburgo

		2010 ^a	2011 ^a	2012 ^a	2013 ^a	2014 ^b	2015 ^b
PIB preços de mercado	10 ⁹ USD	52,2	58,1	55,2	59,8 ^c	64,2	67,9
PIB per capita	USD	102.759	111.789	103.807	110.424 ^c	116.134	120.525
Crescimento real do PIB	Var. %	3,1	1,9	-0,2	2,1	2,4	2,5
Saldo do setor público	% PIB	-1,8	-0,2	0,0	0,1	0,1	-0,3
Dívida pública (líquida)	% PIB	19,5	18,7	21,7	22,9 ^c	24,1	27,0
Exportações de bens (fob)	10 ⁹ USD	19,8	21,9	16,0	17,0	18,6	19,7
Exportações de bens (fob)	Var. %	7,7	10,6	-26,9	6,3	9,4	5,9
Importações de bens (fob)	10 ⁹ USD	25,3	29,1	24,4	25,3	28,2	31,0
Importações de bens (fob)	Var. %	12,1	15,0	-16,2	3,7	11,5	9,9
Saldo balança corrente	% PIB	7,7	6,6	6,6	6,7 ^c	6,7	5,5
Taxa de inflação (média)	%	2,8	3,7	2,9	1,7	1,0	2,2

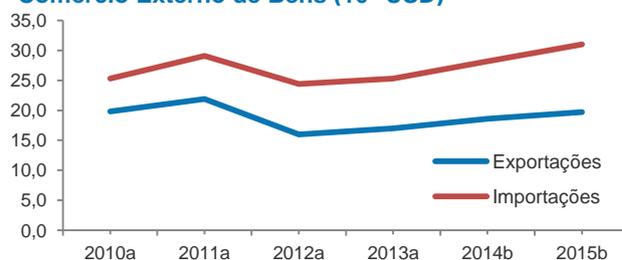
Fontes: The Economist Intelligence Unit (EIU); International Monetary Fund (FMI); Banco de Portugal (BdP)

Notas: (a) Valores efetivos; (b) Previsões; (c) Estimativas

Crescimento Real do PIB (%)



Comércio Externo de Bens (10⁹ USD)



Notas: (a) Valores efetivos; (b) Previsões

	Exportações	Importações
Posição e Quota do Luxemburgo no Comércio Mundial de Bens - 2012	73 ^a	67 ^a
	0,1%	0,2%

Fonte: WTO - World Trade Organization

Principais Clientes - 2013

	Posição	Quota %
Alemanha	1 ^a	27,7
França	2 ^o	14,8
Bélgica	3 ^a	13,2
Países Baixos	4 ^a	5,1
Portugal	36 ^a	0,3

Principais Fornecedores - 2013

	Posição	Quota %
Bélgica	1 ^a	24,7
Alemanha	2 ^a	23,6
França	3 ^a	13,0
EUA	4 ^a	8,1
Portugal	20 ^a	0,3

Principais Produtos Exportados - 2013

	% Total
Ferro fundido, ferro e aço	14,2
Máquinas e equipamentos mecânicos	10,0
Plástico e suas obras	9,5
Obras de ferro fundido, ferro e aço	7,0
Borracha e suas obras	6,9

Principais Produtos Importados - 2013

	% Total
Combustíveis e óleos minerais, etc.	14,7
Veículos automóveis e out. veículos terrestres	10,7
Ferro fundido, ferro e aço	7,9
Aeronaves e Aparelhos Espaciais e suas partes	7,2
Máquinas e equipamentos mecânicos	7,0

Fonte: ITC - International Trade Centre

	Inflows		Outflows	
	10 ⁶ USD	Recetor	10 ⁶ USD	Emissor
Valor e Posição do Luxemburgo no ID Mundial - 2012	27.878	13 ^a	17.273	20 ^a

Fonte: UNCTAD - World Investment Report 2013

Ambiente de Negócios

Competitividade (Rank no Global Competitiveness Index 2013-14)	22 ^a	Facilidade Negócios (Rank no Doing Business Report 2014)	60 ^a
Transparência (Rank no Corruption Perceptions Index 2013)	11 ^a	Ranking Global (EIU, entre 82 mercados)	-

Balança Comercial de Bens de Portugal com o Luxemburgo

	2009	2010	2011	2012	2013	Var % ^a 13/09	2013 Jan/Abr	2014 Jan/Abr	Var % ^b 14/13
Exportações	53,3	56,7	60,9	60,2	67,8	6,3	22,3	24,8	11,1
Importações	97,3	54,2	64,0	81,8	81,5	0,3	24,9	26,4	5,8
Saldo	-44,0	2,5	-3,1	-21,6	-13,6	--	-2,6	-1,6	--
Coef. Cob. %	54,8	104,6	95,1	73,6	83,3	--	89,5	94,0	--

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; Unidade: Milhões de euros

Notas: (a) Média aritmética das taxas de crescimento anuais no período 2009-2013; (b) Taxa de variação homóloga 2013-2014

2008 a 2011: resultados definitivos; 2012 resultados provisórios; 2013 e 2014: resultados preliminares

Posição e Quota do Luxemburgo no Comércio Internacional Português de Bens

		2009	2010	2011	2012	2013	2014 Jan/Abr
Luxemburgo como cliente de Portugal	Posição	42 ^a	47 ^a	50 ^a	50 ^a	48 ^a	45 ^a
	% Saídas	0,17	0,15	0,14	0,13	0,14	0,16
Luxemburgo como fornecedor de Portugal	Posição	44 ^a	58 ^a	57 ^a	52 ^a	54 ^a	49 ^a
	% Entradas	0,19	0,09	0,11	0,15	0,14	0,14

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

Operadores Económicos Portugueses

	2008	2009	2010	2011	2012	
Exportadores Portugueses para o Luxemburgo		363	303	660	606	1.244

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; Quebra de série em 2010: Inclui estimativas para as não respostas e empresas isentas de declaração

Exportações de Portugal para o Luxemburgo por Grupos de Produtos

	2013	% Tot 13	Var % 13/12	2014 Jan/Abr	% Tot 14	Var % 14/13
Alimentares	23,1	34,0	12,8	8,8	35,6	13,9
Agrícolas	12,3	18,2	30,3	4,0	15,9	3,3
Veículos e outro mat. transporte	6,8	10,1	-34,5	2,5	10,1	-24,4
Minerais e minérios	3,8	5,5	10,9	1,3	5,2	14,3
Máquinas e aparelhos	5,1	7,6	29,5	1,3	5,1	-34,4
Metais comuns	2,4	3,6	14,7	1,2	4,9	135,2
Vestuário	3,4	5,0	36,2	1,0	4,2	-9,8
Calçado	2,1	3,1	34,2	0,9	3,7	120,1
Pastas celulósicas e papel	1,4	2,1	-4,2	0,6	2,5	34,6
Madeira e cortiça	1,2	1,7	19,8	0,4	1,7	11,2
Plásticos e borracha	0,9	1,3	161,1	0,3	1,2	27,5
Químicos	0,6	0,9	55,3	0,2	0,8	18,7
Matérias têxteis	0,3	0,5	74,6	0,1	0,4	-29,9
Peles e couros	0,2	0,3	-11,4	0,1	0,2	-36,8
Instrumentos de óptica e precisão	0,1	0,2	-0,3	0,0	0,2	4,9
Combustíveis minerais	0,0	0,0	-81,4	0,0	0,0	§
Outros produtos	4,1	6,1	53,3	2,1	8,4	160,3
Valores confidenciais	0,0	0,0	§	0,0	0,0	§
Total	67,8	100,0	12,7	24,8	100,0	11,1

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; Unidade: Milhões de euros

§ - Coeficiente de variação >= 1000% ou valor zero no período homólogo

Principais Produtos Exportados para o Luxemburgo

4 NC	2012	2013	% Tot 13	Var % 13/12
2204 Vinhos de uvas frescas	8,8	9,5	14,0	8,1
8703 Automóveis de passageiros e outros veículos transporte passageiros, etc	8,1	6,6	9,7	-18,8
2203 Cervejas de malte	3,4	3,5	5,2	2,5
9403 Outros móveis e suas partes	1,8	3,3	4,9	81,3
0901 Café, mesmo torrado ou descafeinado	1,0	2,3	3,5	129,6
1905 Produtos de padaria, pastelaria ou da indústria de bolachas e biscoitos	1,2	1,5	2,2	28,9
0305 Peixes secos, salgados ou em salmoura; farinhas, pó e "pellets" de peixe, etc	0,5	1,4	2,0	206,2
6802 Pedras de cantaria/construção; cubos, pastilhas e artigos semelhantes, etc	1,2	1,3	1,9	9,5
2202 Águas, águas minerais e gaseificadas, adicionadas de açúcares	0,9	1,2	1,7	38,0
6115 Meias-calças; meias de qualquer espécie, incl. p/ varizes, de malha	0,7	1,1	1,6	48,1
Amostra	27,6	31,8	46,8	--

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; Unidade: Milhões de euros

Principais Produtos Exportados para o Luxemburgo

4 NC	2013 Jan/Abr	2014 Jan/Abr	% Tot 14	Var % 14/13
2204 Vinhos de uvas frescas	3,5	3,8	15,2	7,7
8703 Automóveis de passageiros e outros veículos transporte passageiros, etc	3,2	2,3	9,3	-28,8
9403 Outros móveis e suas partes	0,6	1,8	7,2	187,7
2203 Cervejas de malte	0,9	1,3	5,4	45,4
0901 Café, mesmo torrado ou descafeinado	0,8	0,8	3,1	-3,8
1905 Produtos de padaria, pastelaria ou da indústria de bolachas e biscoitos	0,5	0,7	2,8	52,3
7308 Construções e suas partes (etc) de ferro fundido, ferro/aço, exc prod pp 9406	0,1	0,5	2,1	312,3
6802 Pedras de cantaria/construção; cubos, pastilhas e artigos semelhantes, etc	0,4	0,5	1,9	5,7
0305 Peixes secos, salgados ou em salmoura; farinhas, pó e "pellets" de peixe, etc	0,1	0,4	1,7	314,2
2202 Águas, águas minerais e gaseificadas, adicionadas de açúcares	0,4	0,4	1,5	-5,6
Amostra	10,6	12,4	50,2	--

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; Unidade: Milhões de euros

Importações de Portugal Provenientes do Luxemburgo por Grupos de Produtos

	2013	% Tot 13	Var % 13/12	2014 Jan/Abr	% Tot 14	Var % 14/13
Químicos	25,8	31,6	5,9	9,5	36,1	3,8
Máquinas e aparelhos	20,4	25,1	-16,5	6,6	25,1	29,6
Metais comuns	18,3	22,5	62,8	4,6	17,3	-19,5
Plásticos e borracha	6,5	8,0	-32,3	1,9	7,1	-25,7
Peles e couros	0,2	0,2	424,1	1,3	4,8	§
Alimentares	2,1	2,6	135,8	0,6	2,3	49,7
Vestuário	1,2	1,5	11,9	0,5	1,9	-2,1
Pastas celulósicas e papel	0,7	0,8	89,8	0,3	1,0	37,0
Veículos e outro mat. transporte	0,2	0,3	-75,0	0,2	0,6	191,1
Matérias têxteis	0,3	0,3	-29,9	0,2	0,6	161,1
Combustíveis minerais	0,4	0,4	-43,6	0,1	0,6	-4,6
Agrícolas	1,0	1,3	-9,9	0,1	0,6	-69,4
Instrumentos de óptica e precisão	0,2	0,2	62,2	0,1	0,3	-16,2
Calçado	0,0	0,1	5,5	0,0	0,1	60,8
Minerais e minérios	0,0	0,0	-59,1	0,0	0,0	22,7
Madeira e cortiça	0,0	0,0	-99,1	0,0	0,0	-99,5
Outros produtos	4,1	5,0	-33,6	0,4	1,6	-8,8
Valores confidenciais	0,0	0,0	§	0,0	0,0	§
Total	81,5	100,0	-0,4	26,4	100,0	5,8

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; Unidade: Milhões de euros

§ - Coeficiente de variação >= 1000% ou valor zero no período homólogo

Principais Produtos Importados Provenientes do Luxemburgo

4 NC	2012	2013	% Tot 13	Var % 13/12
3004 Medicamentos, em doses ou acondicionados para venda a retalho	12,7	13,6	16,7	7,1
3304 Produtos de beleza ou de maquilhagem	10,6	10,4	12,8	-1,8
8517 Aparelhos eléctricos para telefonia ou telegrafia, por fios etc; videofones	17,0	9,2	11,3	-45,9
8523 Suportes p/ gravação de som ou semelhantes, n/ gravados, exc produtos cap. 37	3,8	7,3	8,9	93,3
7210 Produtos laminados ferro/aço n/ ligado, larg >=600mm, folheados/chapeados etc	2,7	5,8	7,1	111,5
7213 Fio-máquina de ferro ou aço não ligado	3,5	3,4	4,2	-2,6
4002 Borracha sintética e artificial, derivada dos óleos, etc	4,7	3,2	3,9	-32,7
7901 Zinco em formas brutas	0,6	2,9	3,6	430,4
9306 Bombas, granadas, torpedos, minas, mísseis, cartuchos e outras munições	3,2	2,4	3,0	-23,5
7216 Perfis de ferro ou aço não ligado	0,4	2,0	2,4	371,9
Amostra	59,2	60,2	73,9	--

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; Unidade: Milhões de euros

Principais Produtos Importados Provenientes do Luxemburgo

4 NC	2013 Jan/Abr	2014 Jan/Abr	% Tot 14	Var % 14/13
3004 Medicamentos, em doses ou acondicionados para venda a retalho	5,5	4,9	18,4	-11,3
3304 Produtos de beleza ou de maquilhagem	3,3	4,4	16,7	32,0
8517 Aparelhos eléctricos para telefonia ou telegrafia, por fios etc; videofones	2,2	2,4	8,9	8,2
4104 Couros e peles depilados, de bovinos e de equídeos, preparados, etc	0,0	1,3	4,8	§
7901 Zinco em formas brutas	0,8	1,0	3,8	32,0
8523 Suportes p/ gravação de som ou semelhantes, n/ gravados, exc produtos cap. 37	2,1	1,0	3,8	-51,4
7213 Fio-máquina de ferro ou aço não ligado	0,5	0,9	3,6	92,6
8535 Aparelhos p/ interrupção, seccionamento, protecção etc, p/ tensão >1000 volts	0,0	0,9	3,5	§
7210 Produtos laminados ferro/aço n/ ligado, larg >=600mm, folheados/chapeados etc	2,8	0,9	3,3	-69,4
8422 Máquinas de lavar louça; máquinas p/ limpar, encher, capsular etc, garrafas	0,0	0,8	2,9	§
Amostra	17,2	18,4	69,7	--

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; Unidade: Milhões de euros

§ - Coeficiente de variação >= 1000% ou valor zero no período homólogo

Comércio de Bens com o Luxemburgo por Graus de Intensidade Tecnológica

	Exportações		Importações	
	2009	2013	2009	2013
Alta	3,4	2,7	59,3	29,7
Média-Alta	21,4	17,4	11,7	30,4
Média-Baixa	10,0	9,8	14,5	26,9
Baixa	65,2	70,1	14,5	12,9
Produtos Industriais Transformados / Total (%)	96,1	95,0	99,3	98,7
Outros Produtos / Total (%)	3,9	5,0	0,7	1,3

Fonte: GEE - Gabinete de Estratégia e Estudos (Ministério da Economia)

Unidade: % exportações e importações totais de produtos industriais transformados

Balança Comercial de Serviços de Portugal com o Luxemburgo

	2009	2010	2011	2012	2013	Var % ^a 13/09	2013 Jan/Abr	2014 Jan/Abr	Var % ^b 14/13
Exportações	152,2	164,7	202,6	221,5	250,4	13,4	74,0	73,1	-1,2
Importações	81,4	90,3	107,1	116,4	144,2	15,5	42,4	65,6	54,6
Saldo	70,8	74,5	95,5	105,1	106,2	--	31,6	7,6	--
Coef. Cob. %	187,0	182,5	189,1	190,3	173,7	--	174,5	111,5	--

Fonte: Banco de Portugal; Unidade: Milhões de euros

Notas: (a) Média aritmética das taxas de crescimento anuais no período 2009-2013; (b) Taxa de variação homóloga 2013-2014

Os valores de 2013 (Jan/Abr) correspondem ao primeiro apuramento para o período (valores não revistos)

Posição e Quota do Luxemburgo no Comércio Internacional Português de Serviços

		2009	2010	2011	2012	2013	2014 Jan/Abr
Luxemburgo como cliente de Portugal	Posição ^a	16 ^a	16 ^a	14 ^a	13 ^a	14 ^a	15 ^a
	% Export. ^b	0,93	0,94	1,06	1,16	1,22	1,22
Luxemburgo como fornecedor de Portugal	Posição ^a	13 ^a	13 ^a	13 ^a	13 ^a	13 ^a	12 ^a
	% Import. ^b	0,79	0,83	0,93	1,12	1,36	1,78

Fonte: Banco de Portugal

Notas: (a) Posição num conjunto de 56 mercados; (b) Quota do mercado nas exportações e importações totais de Portugal

Balança Comercial de Bens^a e Serviços de Portugal com o Luxemburgo

	2009	2010	2011	2012	2013	Var % ^b 13/09	2013 Jan/Abr	2014 Jan/Abr	Var % ^c 14/13
Exportações	206,0	223,3	263,7	281,9	316,7	11,4	96,7	100,0	3,4
Importações	182,8	143,3	176,3	199,5	229,4	7,4	66,4	89,8	35,4
Saldo	23,3	80,1	87,4	82,4	87,3	--	30,4	10,2	--
Coef. Cob. %	112,7	155,9	149,6	141,3	138,0	--	145,8	111,4	--

Fonte: Banco de Portugal; Unidade: Milhões de euros

Notas: (a) Componente de Bens com base em informação do INE - Instituto Nacional de Estatística, ajustada para valores f.o.b.

(b) Média aritmética das taxas de crescimento anuais no período 2009-2013; (c) Taxa de variação homóloga 2013-2014

Os valores de 2013 (Jan/Abr) correspondem ao primeiro apuramento para o período (valores não revistos)

Posição e Quota do Luxemburgo no Comércio Internacional Português de Bens e Serviços

		2009	2010	2011	2012	2013	2014 Jan/Abr
Luxemburgo como cliente de Portugal	Posição ^a	27	29	30	28	28	28
	% Export. ^b	0,43	0,41	0,42	0,44	0,46	0,46
Luxemburgo como fornecedor de Portugal	Posição ^a	32 ^a	34 ^a	30 ^a	28 ^a	30 ^a	27 ^a
	% Import. ^b	0,30	0,21	0,26	0,31	0,35	0,41

Fonte: Banco de Portugal

Notas: (a) Posição num conjunto de 56 mercados; (b) Quota do mercado nas exportações e importações totais de Portugal

Fluxos de Investimento Direto entre Portugal e Luxemburgo

IDE	2009	2010	2011	2012	2013	Var % ^a 13/09	2013 Jan/Abr	2014 Jan/Abr	Var % ^b 14/13
ID Luxemburgo em Portugal	979,0	3.746,7	1.276,0	6.749,2	1.410,7	141,6	439,8	1.238,5	181,6
Desinvest.	491,8	2.214,0	2.008,4	3.554,4	1.477,2	89,9	192,6	404,5	110,0
Líquido	487,2	1.532,7	-732,3	3.194,8	-66,5	--	247,2	834,0	--
% IDE total ^c	3,06	9,46	2,96	14,16	4,69	--	5,02	15,52	--
Origem ^d	7 ^a	6 ^o	8 ^a	3 ^a	7 ^a	--	8 ^a	2 ^o	--

IDPE	2009	2010	2011	2012	2013	Var % ^a 13/09	2013 Jan/Abr	2014 Jan/Abr	Var % ^b 14/13
ID Portugal no Luxemburgo	218,4	1.462,7	554,9	384,5	148,4	103,9	35,8	395,0	§
Desinvest.	290,7	449,1	209,6	1.548,0	45,3	135,7	4,5	9,6	114,9
Líquido	-72,3	1.013,5	345,4	-1.163,5	103,1	--	31,3	385,3	--
% IDPE total ^c	2,81	14,94	2,84	2,41	1,06	--	1,79	10,55	--
Destino ^d	9 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a	7 ^a	--	9 ^a	3 ^a	--

Fonte: Banco de Portugal; Unidade: Milhões de euros

Notas:

(a) Média aritmética das taxas de crescimento anuais no período 2009-2013; (b) Taxa de variação homóloga 2013-2014

(c) Com base no ID bruto total de Portugal

(d) Posição enquanto Origem do IDE bruto total e Destino do IDPE bruto total num conjunto de 56 mercados

§ - Coef. de variação >= 1000% ou valor zero no período 2009-2012

Os valores de 2013 (Jan/Abr) correspondem ao primeiro apuramento para o período (valores não revistos)

Indicadores de Turismo do Luxemburgo em Portugal

	2009	2010	2011	2012	2013	Var % ^a 13/09	2013 Jan/Abr	2014 Jan/Abr	Var % ^b 14/13
Receitas ^c	68,2	73,6	83,0	103,1	113,1	13,6	26,7	29,2	9,3
% Total ^d	0,99	0,97	1,02	1,20	1,22	--	1,25	1,25	--
Posição ^e	17 ^a	17 ^a	16 ^a	14 ^a	14 ^a	--	15 ^a	15 ^a	--

Fontes: Banco de Portugal; INE - Instituto Nacional de Estatística

Unidade: Receitas (Milhões de euros); Hóspedes e Dormidas (Unidades)

Notas:

(a) Média aritmética das taxas de crescimento anuais; (b) Taxa de variação homóloga

(c) Inclui apenas a hotelaria global; (d) Refere-se ao total de estrangeiros; (e) Num conjunto de 56 mercados

Os valores das Receitas de 2013 (Jan/Abr) correspondem ao primeiro apuramento para o período (valores não revistos)

Acordos Bilaterais

Designação	Início Vigência
Convenção para Evitar a Dupla Tributação e Prevenir a Evasão Fiscal em Matéria de Impostos sobre o Rendimento e o Património e Respetivo Protocolo (assim como Protocolo e Protocolo Adicional de Alteração da Convenção)	18-05-2012 (alteração) 30--05-2000
Acordo sobre Transportes Internacionais Rodoviários de Mercadorias e Respetivo Protocolo	01-07-1983

Atualizado em julho de 2014

Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E. (AICEP)

www.portugalglobal.pt; tel: 808 214 214; email: aicep@portugalglobal.pt



