

ESTUDO DE MERCADO



Potencialidades Comerciais entre Minas Gerais e Portugal



**CÂMARA
PORTUGUESA**
DE MINAS GERAIS



APRESENTAÇÃO

Quando, em 1996, um grupo de seis homens deu corpo a uma ideia vinda de Brasília e se juntou para dar forma à nossa entidade, certamente sonhou algo grande e magnífico para dar expressão a tantos sentimentos e emoções que unem os dois territórios. Desde então é decisiva a necessidade de manter as velas ajustadas e corrigir rotas à medida que os ventos políticos mudam cá e lá, o que, digamos, não tem sido fácil. Tantos foram os desafios e mudanças de humor, neste curto período de 27 anos transcorridos, apesar disso, se mantém intactos os sentimentos que unem os povos que ocupam os dois territórios.

A Câmara Portuguesa de Comércio no Brasil – Minas Gerais completou 25 anos de fundação (em fevereiro de 2021) e continua a assumir crescente e preponderante papel no estreitamento das relações econômicas entre Minas Gerais e Portugal. Os elementos comuns que aproximam os dois países, o idioma, a cultura e a história favorecem claramente a consecução de novos negócios e a geração de oportunidades promissoras e duradouras, deve-se salientar.

A comemoração dos 25 anos da Câmara Portuguesa, celebrada em setembro de 2021 por ocasião da primeira visita oficial do Senhor Embaixador de Portugal no Brasil a Minas Gerais Luís Faro Ramos – foi vivido num contexto particularmente desafiante: motivado por razões de saúde pública. O período da pandemia de covid-19 constituiu-se como marco divisor na história da nossa entidade, uma vez que, sacudidos e inapelavelmente despertados para a imperativa necessidade de transformação da entidade, iniciamos em plena pandemia, a reestruturação da Câmara (tendo, em março de 2023, efetuado as primeiras entregas aos associados de conteúdos que espelham as relações comerciais entre Minas Gerais e Portugal, bem como estudos a pedido de associados para investimento em Portugal).

A realidade é que o estado de Minas Gerais, que abriga 70% do patrimônio cultural brasileiro (em boa parte resultante da passagem e da permanência no território de portugueses e de outros povos que vieram junto com esses) tem com o território português uma balança comercial inexpressiva. Os mesmos produtos permanecem na balança comercial há bastante tempo sem alterações que justifiquem destaque. Minas Gerais e Portugal se misturam e completam, mostram-se e revelam-se em tradições e na grandiosidade dos seus povos e de uma língua múltipla (que deveria traduzir toda a expressão daquilo que tantas vezes se afirma, mas não tem passado de boas intenções).

Este Estudo de Mercado pretende ser instrumento e incentivo para que os territórios possam revelar o extraordinário potencial que as Minas Gerais têm para ser uma porta de entrada – hub aeroportuário para Brasil e América do Sul (vide inauguração de voo direto a Bogotá) – e, ao mesmo tempo, confirmar que Portugal é vitrine e porta de entrada à Europa e aos países da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP). Logo, precisamos promover o rico e vasto território de Minas Gerais, seus produtos e serviços por meio de mais de 20 milhões de turistas que visitam aquele território todos os anos, onde portugueses e comunidade mineira residente se assumirão como postos avançados.

Que este Estudo de Mercado seja um catalisador e propulsor para nos desafiar a aprofundar por áreas de



interesse o conhecimento aqui vertido, e que possamos de fato dar esse passo tão prometido, transformando a ponte da amizade que se estende entre Minas Gerais e Portugal num extraordinário e profícuo corredor econômico.

É com honra e orgulho que a Diretoria em exercício vos apresenta tão importante e relevante trabalho.

Carlos Alberto Lopes

Diretor-presidente da Portuguesa de Comércio no Brasil – Minas Gerais.

Corretor de seguros; administrador técnico na Sabseg Brasil e associadas;

COO na Sabseg Brasil e associadas; suplente da diretoria no SINCOR MG



As relações históricas e culturais entre Portugal e Minas Gerais (a presença de azulejos na arquitetura é um dos símbolos e heranças deixados) já vêm de séculos e continuam bem sólidas na atualidade. O desbravamento na região que hoje compreende o estado de Minas Gerais se iniciou no século XVI por meio do trabalho dos bandeirantes em busca de ouro e pedras preciosas.

A maior parte da população mineira é descendente de colonos portugueses originários do Norte de Portugal (particularmente do Minho) e de escravos africanos, sobretudo sudaneses e bantos, que chegaram à região durante a época da mineração, no século XVIII.

Por outro lado, Portugal é constituído e conhecido por terra de emigrantes. Aqueles que vieram ao Brasil trouxeram consigo uma experiência e uma visão de família bem específicas, que formaram a base da sociedade daqueles que a recriaram no Novo Mundo. O elo entre o Norte de Portugal e Minas Gerais

nasceu da convergência de valores e instituições sociais, não num sentido vago de “herança cultural”, mas no fluir constante de colonizadores portugueses ao Brasil. Hoje, e ao revés, constata-se o grande fluxo de pessoas, de sua ida ou volta a Portugal, onde Lisboa e Braga concentram as maiores comunidades brasileiras em Portugal e onde a população mineira se destaca.

Brasil e Portugal cooperam em vários fóruns multilaterais e têm sido parceiros na promoção da reforma da Organização das Nações Unidas (ONU) e de outros organismos internacionais ligados ao comércio exterior. Os dois países também são os membros fundadores da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), uma organização intergovernamental das ex-colônias do Império Português.

Os dois países e seus respectivos Estados realizam cúpulas/cimeiras regulares para discutir acordos bilaterais e multilaterais. O tamanho do Brasil, assim como o de seu mercado econômico e de sua economia em geral, é gigantesco. Em décadas anteriores, o investimento brasileiro em Portugal foi muito maior do que o investimento português no Brasil. Em termos econômicos, o investimento direto de Portugal no Brasil tem vindo a crescer substancialmente nos últimos anos, e também tem havido crescimento constante do comércio entre as duas nações.

As Minas Gerais são certamente um celeiro de oportunidades para o comércio internacional e novos negócios. Para consolidar a internacionalização de Minas Gerais, a SECULT já percorreu os primeiros passos, com a abertura de uma representação do estado em Portugal, tornando Minas o primeiro estado brasileiro a ter esse tipo de ação no exterior, com a **campanha “Minas para o Mundo”**.

Miguel José Rosário da Silva Jerónimo

Diplomata de carreira, conselheiro econômico da Embaixada da Eslovênia em Brasília,

assessor da Presidência da Câmara Portuguesa de Comércio no Brasil – Minas Gerais



Vou começar por repetir um lugar-comum: Portugal e Brasil estão ligados por laços profundos, excepcionais mesmo, em quase todos os domínios, mas há um ponto fraco nesse relacionamento, é o econômico, especialmente o comercial, que está muito aquém das suas potencialidades.

As exportações de Portugal ao Brasil, apesar da tendência de crescimento, são ainda pouco significativas, com grande peso dos produtos tradicionais, azeite e vinho. Já as exportações brasileiras ao nosso país cresceram significativamente, passando o Brasil a figurar entre os 10 maiores fornecedores de Portugal. Mas mais de metade das exportações brasileiras a Portugal é de petróleo bruto, um segmento de mercado muito volátil, pelo que poderão registarem-se grandes oscilações de um mês para outro.

O que escrevi no início deste texto pode aplicar-se, ainda com mais razão, ao comércio existente entre Portugal e Minas Gerais, um estado que tem à volta de 10% da população do Brasil e representa cerca de 10% do PIB brasileiro. No entanto, segundo dados do documento elaborado pela Câmara Portuguesa de Minas Gerais sobre as relações comerciais entre Minas Gerais e Portugal (abril de 2023), apenas 1% das exportações brasileiras para Portugal é proveniente desse estado. Das compras brasileiras a Portugal, apenas 5% são destinadas a Minas Gerais.

Se o panorama atual das relações comerciais não é extraordinário, existe, ao menos, motivo para otimismo. Há muito espaço para crescer; as afinidades culturais, nomeadamente a língua comum, favorecem a cooperação e as parcerias entre as empresas, a existência de uma grande comunidade portuguesa no Brasil e, agora, também de uma grande comunidade brasileira em Portugal, a qual poderá fazer aumentar a procura pelos produtos do país de origem desses emigrantes. Por outro lado, Portugal, por ser membro da União Europeia e pela situação geográfica, tem excelentes condições para se tornar a porta de entrada do Brasil na Europa.

Os acordos bilaterais e outras iniciativas no nível político são importantes para o reforço das relações económicas, ao criar um quadro jurídico propício, mas não são suficientes. Os grandes atores do comércio internacional são as empresas e os empresários.

Nesse contexto, as câmaras de comércio têm papel determinante, prestando-lhes informações e identificando potenciais parceiros, facilitando assim a internacionalização das empresas e sua entrada no novo mercado.

A Câmara Portuguesa de Minas Gerais tem vindo a fazer um grande e bem-sucedido esforço para prestar aos seus associados e clientes um serviço de qualidade. O estudo “Potencialidades Comerciais entre Minas Gerais e Portugal” surge nesse contexto. Depois de se traçar um panorama sobre a situação macroeconómica portuguesa e o estado atual das relações comerciais entre Portugal e Brasil em geral e Portugal e Minas Gerais em particular, o estudo identifica os setores em que se afigura existir maior potencial de penetração no mercado português e termina com a listagem de acordos comerciais ou com incidência comercial entre UE/Portugal e Brasil.

Este estudo, de carácter genérico, é um instrumento importante para as empresas mineiras avaliarem o potencial do mercado português para os seus produtos. É a prova de que a Câmara Portuguesa de Minas Gerais desempenha cabalmente seu papel, dando às empresas informação e conhecimentos que contribuem ao sucesso de sua entrada num novo mercado.

Rui Almeida

Cônsul de Portugal em Belo Horizonte

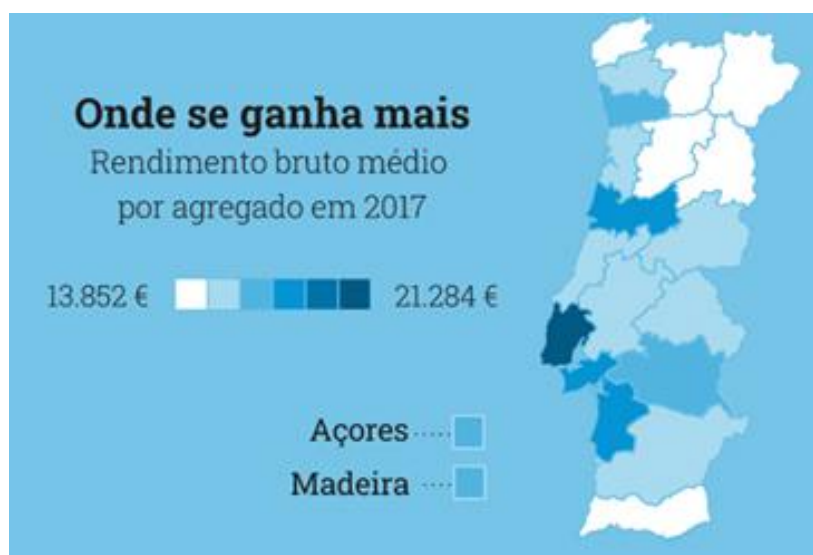


ÍNDICE

Capítulo 1 – Contextualização Macroeconômica	08
Capítulo 2 – Contextualização Comercial Internacional – Perspectiva Portugal	12
Capítulo 3 – Contextualização Comercial Bilateral – Perspectiva Brasil/Portugal	14
Capítulo 4 – Contextualização Comercial Bilateral – Perspectiva Minas Gerais/Portugal	18
Capítulo 5 – Panorama de Oportunidades Comerciais.....	23
Capítulo 6 – Vantagens Competitivas de Entrada no Mercado Português	31
Capítulo 7 – Considerações Finais.	33



O contexto empresarial descrito é condicionado por rendimento e, conseqüentemente, consumo das famílias portuguesas:



Fonte: Por Data (2023).

Em 2017, identificou-se que 93% do valor são destinados ao consumo em despesas com: habitação, gás, eletricidade e água (18%); produtos alimentares (17%); transportes (13%); restaurantes e hotéis (13%); bens e serviços diversos; vestuário e calçados (11%); lazer (6%); saúde (6%); mobiliário (5%); álcool e tabaco (3%); comunicações (2%). O restante, 7%, é destinado a poupança/investimentos.

No que concerne ao comércio eletrônico, verificou-se que, em 2018, 37% da população de 16 a 74 anos realizaram algum tipo de compra pela internet – 22% desses compraram roupas e equipamentos esportivos, bem como 18% pagaram despesas com hospedagem.

Os resultados demonstram a preocupação da população portuguesa com bem-estar e qualidade de vida. Assim, bens e serviços que contribuem aos modos de vida saudável são favorecidos na exportação para Portugal.

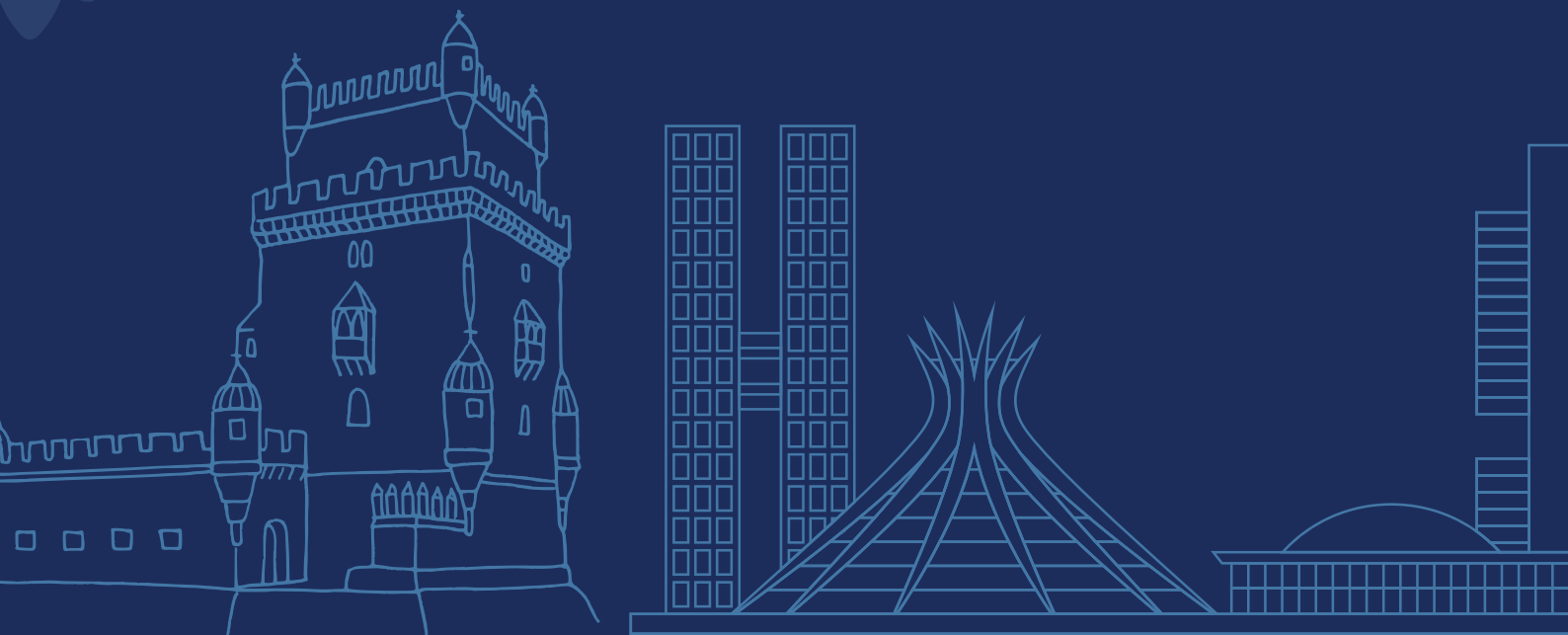
Em 2017, identificou-se que 93% do valor são destinados ao consumo em despesas com: habitação, gás, eletricidade e água (18%); produtos alimentares (17%); transportes (13%); restaurantes e hotéis (13%); bens e serviços diversos; vestuário e calçados (11%); lazer (6%); saúde (6%); mobiliário (5%); álcool e tabaco (3%); comunicações (2%). O restante, 7%, é destinado a poupança/investimentos.

No que concerne ao comércio eletrônico, verificou-se que, em 2018, 37% da população de 16 a 74 anos realizaram algum tipo de compra pela internet – 22% desses compraram roupas e equipamentos esportivos, bem como 18% pagaram despesas com hospedagem.

Os resultados demonstram a preocupação da população portuguesa com bem-estar e qualidade de vida. Assim, bens e serviços que contribuem aos modos de vida saudável são favorecidos na exportação para Portugal.

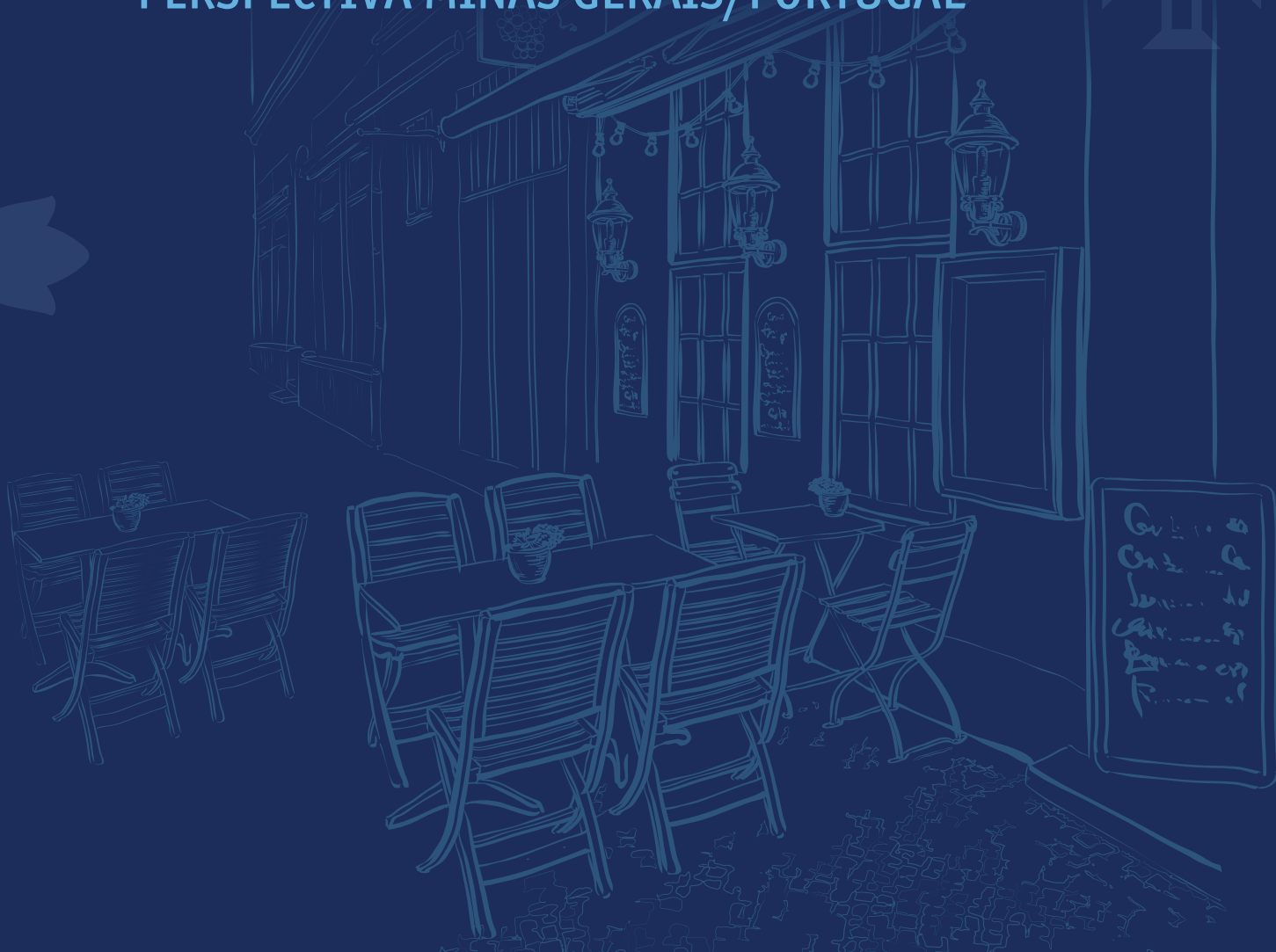
CAPÍTULO 3:

CONTEXTUALIZAÇÃO COMERCIAL BILATERAL –
PERSPECTIVA BRASIL/PORTUGAL



CAPÍTULO 4:

CONTEXTUALIZAÇÃO COMERCIAL BILATERAL –
PERSPECTIVA MINAS GERAIS/PORTUGAL



CAPÍTULO 5:

PANORAMA DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS



CAPÍTULO 6:

VANTAGENS COMPETITIVAS DE ENTRADA
NO MERCADO PORTUGUÊS



REFERÊNCIAS

BRASIL. Embaixada do Brasil em Lisboa. Setor de Promoção Comercial – SECOM. **Série estudos de mercado: n° 1 – carne bovina**. Lisboa: SECOM, 2021. Disponível em: https://www.gov.br/mre/pt-br/embaixada-lisboa/carne_vfinal.pdf. Acesso em: 15 maio 2023.

PEREIRA, Sónia Santos. Emprego no setor da construção é o mais elevado na última década. 2023. Disponível em: <https://www.dinheirovivo.pt/economia/emprego-no-setor-da-construcao-e-o-mais-elevado-na-ultima-decada-15698913.html>. Acesso em: 15 maio 2023.

PORTUGAL. Instituto dos Mercados Públicos do Imobiliário e da Construção – IMPIC. **Relatório do setor da construção em Portugal 2021**. Lisboa: IMPIC, 2022. Disponível em: https://www.impic.pt/impic/assets/misc/relatorios_dados_estatisticos/RelConst_2021_S2.pdf. Acesso em: 15 maio 2023.

PRODUÇÃO na construção deverá crescer 2,4% a 4,4% em 2023. **Dinheiro Vivo**, 2023. Disponível em: <https://www.dinheirovivo.pt/economia/producao-na-construcao-devera-crescer-24-a-44-em-2023--15604079.html>. Acesso em: 15 maio 2023.





secretaria@camaraportuguesamg.com.br
+55 31 99100 0001



**CÂMARA
PORTUGUESA
DE MINAS GERAIS**