

**A importância das Câmaras de Comércio enquanto agentes
impulsionadores do processo de internacionalização – O caso da
Câmara de Comércio Luso-Britânica**

Ana Catarina da Luz Fontinha

Relatório

**de Estágio de Mestrado em Ciência Política
e Relações Internacionais**

Área de especialidade de Estudos Políticos de Área

Ana Catarina da Luz Fontinha, A importância das Câmaras de Comércio enquanto agentes
impulsionadores do processo de internacionalização – O caso da Câmara de Comércio Luso-
Britânica, 2020

Setembro 2020

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciência Política e Relações Internacionais realizado sob a orientação científica da Professora Doutora Teresa Ferreira Rodrigues, Professora associada com agregação do Departamento de Estudos Políticos da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

...VIVA!

*Bom mesmo é ir à luta com determinação abraçar
a vida com paixão,*

Perder com classe e vencer com ousadia,

*Porque o Mundo pertence a quem se atreve e a
vida é “muito” para ser insignificante.*

Augusto Branco

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar gostaria de agradecer à Câmara de Comércio Luso-Britânica, mais especificamente à minha orientadora de estágio Dra. Maria Helena Fernandes que me recebeu de braços abertos e foi um pilar essencial para o desenvolvimento e conclusão deste relatório. Gostaria também de agradecer aos restantes elementos da equipa da Câmara de Comércio Luso-Britânica, nomeadamente ao Dr. Carlos Oliveira e ao Sr. Secretário-Geral Chris Barton pela oportunidade de aprender em conjunto.

Queria também agradecer à Professora Doutora Teresa Ferreira Rodrigues, da NOVA FCSH - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa pelo seu apoio, compreensão e ajuda durante este percurso.

Por último e não menos importante, um agradecimento especial à minha mãe, irmão e amigos que me acompanharam incondicionalmente nesta jornada e contribuíram para o meu desenvolvimento académico, pessoal e profissional.

A Todos um bem-haja!

RESUMO

As transformações das Relações Internacionais no último século caracterizam-se pela ascensão das relações multilaterais e das instituições de cooperação económica.

As Câmaras de Comércio, embora não tenham tido até hoje a sua devida visibilidade no contexto das Relações Internacionais, adquirem um relevo no panorama internacional actual enquanto intermediárias e facilitadoras das relações comerciais internacionais.

O presente relatório de estágio visa dar a conhecer estas Associações Sem Fins Lucrativos e o seu papel nas Relações Internacionais. Adicionalmente também tem como objectivo o estudo de caso da Câmara de Comércio Luso-Britânica em Lisboa e a sua influência nas relações comerciais entre Portugal e o Reino Unido.

Neste âmbito, o meu estágio na Câmara de Comércio Luso-Britânica compreende a análise institucional desta organização e a sua preponderância na promoção comercial entre os países que representa.

Palavras-chave: Câmaras de Comércio, Relações Internacionais, Globalização, Comércio Internacional

ABSTRACT

The transformations of international relations in the last century are characterized by the rise of multilateral relations and institutions of economic cooperation.

The Chambers of Commerce, although they have not yet had their due visibility in the context of International Relations, acquire a prominence in the current international scene as intermediaries and facilitators of international trade relations.

This internship report aims to make known these Non-Profit Associations and their role in International Relations. It also aims to get to know the case study of the Portuguese-British Chamber of Commerce in Lisbon and its influence on trade relations between Portugal and the United Kingdom.

In this context, my internship at the Luso-British Chamber of Commerce includes the institutional analysis of this organisation and its preponderance in trade promotion among the countries it represents.

Keywords: Chamber of Commerce, International Relations, Globalisation, International Commerce

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS	3
RESUMO	4
ABSTRACT	5
ÍNDICE	6
ACRÓNIMOS E SIGLAS	8
INTRODUÇÃO	9
REVISÃO DA LITERATURA	11
SECÇÃO I	14
A. AS RELAÇÕES ECONÓMICAS INTERNACIONAIS: CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA	14
1. <i>BRETTON WOODS</i>	14
2. <i>O PERÍODO DA INTERDEPENDÊNCIA</i>	15
3. <i>GLOBALIZAÇÃO</i>	16
B. A IMPORTÂNCIA DO COMÉRCIO	19
1. <i>BREVE HISTÓRIA DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO</i>	21
2. <i>RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE O REINO UNIDO E PORTUGAL</i>	24
SECÇÃO II	27
A. CÂMARA DE COMÉRCIO LUSO-BRITÂNICA NA ACTUALIDADE	27
1. <i>HISTÓRIA</i>	27
2. <i>MISSÃO, VISÃO E VALORES</i>	27
3. <i>ESTRUTURA</i>	30
4. <i>OBJECTIVOS</i>	33
SECÇÃO III	35
A. ACTIVIDADES PROPOSTAS E REALIZADAS NO ÂMBITO DO ESTÁGIO	35
SECÇÃO IV	50
A. O PAPEL DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO PARA AS RELAÇÕES INTERNACIONAIS E DA CÂMARA DE COMÉRCIO LUSO-BRITÂNICA PARA AS RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE PORTUGAL E O REINO UNIDO – ANÁLISE CRÍTICA	50
CONCLUSÃO	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56

ANEXOS I	64
ANEXO II	106
ANEXO III	109

ACRÓNIMOS E SIGLAS

AG – Assembleia Geral

ASEAN - Associação de Nações do Sudeste Asiático

BM – Banco Mundial

BP - British Petroleum

CA – Conselho de Administração

CCI – Câmara do Comércio e Indústria

CCLB – Câmara de Comércio Luso-Britânica

CECA – Comunidade Europeia do Carvão e do Aço

CEE – Comunidade Económica Europeia

EUA – Estados Unidos da América

FMI – Fundo Monetário Internacional

GATT – General Agreement on Tariffs and Trade

INE - Instituto Nacional de Estatística, I. P

NAFTA - North American Free Trade Area

OMC – Organização Mundial do Comércio

PME - Pequenas e Médias Empresas

RI – Relações Internacionais

RTA – Acordos de Comércio Regional

RU – Reino Unido

UE - União Europeia

INTRODUÇÃO

O Relatório de Estágio aqui apresentado insere-se no âmbito da componente não-lectiva do Mestrado em Ciência Política e Relações Internacionais – área de especialização em Estudos Políticos de Área – da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

Este relatório tem como objectivo descrever o estágio realizado na Câmara de Comércio Luso-Britânica de forma a cumprir os requisitos necessários para a obtenção do grau de Mestre.

Ao longo destas páginas procurarei ir além da mera descrição e farei uma reflexão crítica desta experiência partindo do pressuposto de duas questões-chave que serviram de premissa para o estágio e o respectivo relatório.

O presente trabalho pretende assim relatar de forma crítica o estágio previamente citado. Este teve a duração de oitocentas (800) horas, distribuídas ao longo de cinco (5) meses, iniciando-se a 2 de Março e concluindo-se a 31 de Julho de 2020.

A orientação académica do estágio e deste relatório foi assumida pela Professora Doutora Teresa Ferreira Rodrigues, Professora associada com agregação do Departamento de Estudos Políticos da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e a orientação profissional do estágio esteve a cargo da Dra. Maria Helena Fernandes, responsável pelos eventos e serviços comerciais da Câmara de Comércio Luso-Britânica.

Este estágio também é um alicerce útil à minha formação académica e espero que possa contribuir para o desenvolvimento de competências transversais no contexto de trabalho.

O Relatório de Estágio é nesta medida orientado por duas questões-chave que visam ser uma linha condutora ao longo do relatório. Estas são as seguintes:

- Qual o papel das Câmaras de Comércio nas Relações Internacionais?
- Qual o papel da Câmara de Comércio Luso-Britânica no desenvolvimento de relações comerciais entre Portugal e o Reino Unido?

De modo a responder a estas questões de partida, foram definidos três objectivos-chave que espero sejam atingidos no termo do meu estágio:

- Conhecer a importância das Câmaras de Comércio enquanto impulsionadoras do processo de internacionalização;
- Perceber o papel das Câmaras de Comércio nas Relações Comerciais Internacionais;
- Aprofundar o estudo das relações comerciais entre o Reino Unido e Portugal no século XXI;

A metodologia escolhida para a realização deste estágio foi o estudo de caso, devendo-se ao carácter exclusivo do estudo da Câmara de Comércio Luso-Britânica na atualidade.

De modo a integrar todos as componentes envolventes de uma Câmara de Comércio adotei o método descritivo onde irei fazer um resumo dos principais momentos das relações económicas internacionais, uma descrição da história das Câmaras de Comércio, a importância do comércio e uma breve análise das relações comerciais entre os dois países.

Seguidamente focar-me-ei no estudo em concreto da Câmara de Comércio Luso-Britânica.

Agora antes de mais, torna-se premente fazer uma breve contextualização dos tempos em que vivemos na atualidade.

REVISÃO DA LITERATURA

No presente contexto em que vivemos, a integração das empresas independentemente da sua dimensão no mercado internacional, é incontornável. Seja através da exportação ou importação de produtos, seja através do contacto diário com parceiros internacionais, qualquer empresa tem obrigatoriamente de olhar além das fronteiras nacionais para crescer ou manter-se em actividade. Apesar das relações económicas e diplomáticas entre países se terem alterado significativamente com a globalização, as Câmaras de Comércio continuam a ser um apoio útil para as empresas, particularmente as pequenas e médias empresas (PME's), relativamente às suas estratégias direccionadas para determinado país.

Para Portugal sendo considerado um país pequeno, é muito importante esta parceria permitindo a atuação das PME's, pois estas últimas dotam de um papel transformador da economia portuguesa através das exportações nacionais.

Contudo no que toca à economia e ao comércio internacional o conceito do filósofo Marshall McLuhan que vivemos numa “aldeia global” não se aplica.

Mesmo na União Europeia, onde a integração económica e política é a mais avançada do mundo — e se criou uma espécie de “aldeia global” à escala europeia — é ilusório pensar-se que a produção nacional, o emprego nacional, ou o crescimento do produto nacional bruto (PNB) e das exportações e importações perderam importância num grande mercado único com uma moeda comum (e que aquilo que conta é fundamentalmente o todo europeu). (Fernandes, José Pedro Teixeira, 2019)

A crise financeira de 2008 pôs a nu estas fragilidades do sistema económico e social da União Europeia e vários países foram obrigados a reavaliar as suas estratégias macroeconómicas. Portugal foi um deles. A escassez de crédito e a crise da dívida soberana acabaram obrigando o país a pedir, em Maio de 2011, um resgate financeiro (...) concedido pela União Europeia, Fundo Monetário Internacional e Banco Central Europeu. (RFI, 2012)

Desde então, houve transformações estruturais na economia com o forte aumento das exportações (dos diversos sectores da indústria transformadora) e com o rápido crescimento do setor do turismo. (OCDE, 2019)

A orientação económica para o exterior fomentou a competitividade económica portuguesa, que apresentou a 34ª posição em 2019, no *Global Competitiveness Report* do Fórum Económico Mundial (2019), atingindo um nível semelhante ao de 2003.

A OCDE define que “*a competitividade de um país se mede pela capacidade deste em produzir bens e serviços que passem no teste dos mercados internacionais (sob condições de mercado livre e equitativo) enquanto simultaneamente mantém e expande o rendimento da sua população a longo-prazo.* (Canadian Center of Science and Education, 2012:76)

Por sua vez, o *Forúm Económico Mundial* (2017) define *a competitividade como o conjunto de instituições, políticas e factores que determinam a produtividade de um país.*

Este índice é importante pois classifica a eficácia do desenvolvimento das economias nacionais.

Se na economia clássica a competitividade é mensurada pelos seus meios de produção, na era da globalização temos também de ter em conta os factores qualitativos. O resultado da interligação entre os países e a sua interdependência económica leva-nos a considerar outras influências como a estabilidade política, políticas governamentais, qualidade da educação, condições ambientais e factores institucionais, culturais e sociais. (Tan, 2004 citado em Canadian Center of Science and Education, 2012)

As Câmaras de Comércio têm um papel chave no que toca à economia pois dinamizam a competitividade das empresas. Numa economia pequena mas com elevada abertura ao exterior como Portugal a competitividade permite captar maior índices de investimento directo estrangeiro (IDE) e trabalhadores qualificados.

Sendo uma das prioridades das Câmaras de Comércio apoiar e fomentar o comércio externo torna-se relevante a internacionalização das empresas de modo a melhorar a competitividade dos negócios.

Neste âmbito, a globalização joga pontos a seu favor. Com a revolução da era digital a conquista de novos mercados torna-se acessível à distância de um clique.

Os gestores das PME's internacionalizadas referem como “muito importante” a «facilidade de identificar e comunicar com novos clientes através da internet e de

plataformas digitais» e afirmam essa mesma «muita importância» no que se prende com a «facilidade em consultar informação sobre mercados na internet». (Insight, 2018:42)

No âmbito da minha especialização em Estudos Políticos de Área, considero pertinente abordar estas entidades, pois elas abrangem múltiplos recursos que intervêm na Política Externa¹ dos Estados, nomeadamente enquanto agentes empresariais facilitando o intercâmbio comercial entre empresas nacionais e estrangeiras; na divulgação de eventos e ações de *networking* promovendo a cultura e o desenvolvimento de competências transversais ao mercado de trabalho; no auxílio às missões económicas de cada país; em consultoria e arbitragem e no apoio ao estabelecimento de contactos entre empresas e organismos oficiais.

No meu estudo de caso concreto, na Câmara de Comércio Luso-Britânica, procuro analisar as relações comerciais entre o Reino Unido e Portugal no século XXI, iniciando por dar a conhecer um pouco da história das relações económicas internacionais.

¹ A política externa é aqui definida como a totalidade das políticas e interações de um país com o contexto para lá das suas fronteiras (Breuning, 2007:5).

SECÇÃO I

A. AS RELAÇÕES ECONÓMICAS INTERNACIONAIS: CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

A era da globalização trouxe mudanças significativas quanto à distribuição de poder no mundo e como se sabe o poder económico é um desses elementos.

Desde os tempos remotos da Rota da Seda, percorrendo os séculos XV e XVI os europeus fizeram descobertas importantes e o movimento global das pessoas expandiu-se significativamente nos séculos seguintes.

Atravessando a era da Revolução Industrial onde o Reino Unido liderou caminho, até à hegemonia dos EUA na balança comercial, a economia mundial tem percorrido um percurso notório. Ao longo da história das relações económicas internacionais podemos identificar três fases distintas: *Bretton Woods*, Interdependência e Globalização.

1. *Bretton Woods*

O período de *Bretton Woods* emergiu no final da Segunda Guerra Mundial e durou quase duas décadas. Durante este período foram criadas três instituições que teriam a responsabilidade de promover uma nova ordem mundial. (Costa,2010:41)

A Organização das Nações Unidas, o Fundo Monetário Internacional (FMI), o grupo do Banco Mundial (BM) e o Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT).

Muitos dos países ainda estavam a recuperar da devastação da guerra e não estavam em condições para concorrer a nível internacional. Os mercados nacionais eram protegidos por tarifas, quotas, controlos cambiais e prejudicavam o fluxo internacional de mercadorias e capitais. O investimento internacional era limitado e estava fortemente concentrado em matérias-primas, e pouco em manufaturas.

Do ponto de vista político o sistema repousava em três fundamentos: concentração de poder num pequeno número de Estados, incluindo os EUA, e alguns países da Europa Ocidental, permanecendo a URSS isolada e os países em desenvolvimento muito enfraquecidos. Por outro lado, verifica-se a existência de um cluster de interesses partilhados por esses Estados, assim como a presença de uma

potência dominante, disposta a assumir a liderança do sistema económico mundial. (Spero et al, 2010:2)

Os países desenvolvidos partilhavam a crença no capitalismo e liberalismo, apoiavam-se nos mecanismos de mercado e propriedade privada e acordavam que o sistema económico liberal exigia intervenção governamental. O bem-estar social era uma resposta à Grande Depressão que viria a criar numa perspetiva Keynesiana a procura da intervenção do estado na economia. (Ibid.)

Nesta medida, os países participantes na Conferência de *Bretton Woods* acreditaram e consensualizaram a manutenção de um sistema assente no liberalismo económico: um sistema monetário internacional estável onde vingava a redução de barreiras à circulação de fluxos de bens e capitais. (Gilpin e Gilpin, 2001 citado em Costa, 2010:42)

2. O PERÍODO DA INTERDEPENDÊNCIA

Ao longo dos anos 70 a economia mundial passou igualmente por um período de grandes transformações, nomeadamente o fim do período de enorme e equilibrado crescimento que se mantinha desde o final da guerra. Para agravar ainda mais o problema, a primeira grande crise petrolífera eclodiu em 1973 (...) mergulhando a economia mundial no flagelo da estagflação (a combinação de estagnação económica com inflação elevada). (Costa, 2010:45)

A interdependência levou assim a duas reações e dois desafios diferentes ao prévio consenso liberal no qual o sistema económico se baseava. A primeira reação era erguer novas barreiras de modo a limitar a interação económica e com isso a interdependência visto que um sistema mundial aberto começava a danificar o bem-estar económico e a prejudicar a soberania nacional e autonomia. (Spero et al, 2010:5)

Alguns críticos argumentavam que a continuação de tarifas reduzidas já não era apropriada pois devido a estas as barreiras pautais, as tarifas tinham-se incorporado na política económica nacional. Desta forma, cresceriam as pressões para novas formas de proteção e administração do comércio como para fortalecer grupos regionais de comércio livre como o caso da Comunidade Económica Europeia (CEE). (Ibid.)

Outra das reações, era estabelecer novas formas de gestão internacional que assumissem responsabilidades e prerrogativas somente efetuadas pelo Estado.

Esta visão levou ao estabelecimento regular de cimeiras económicas internacionais e tentativas (maioritariamente pouco bem-sucedidas) de coordenar políticas nacionais macroeconómicas. Nos anos 80 novas iniciativas foram tomadas de modo a atualizar o regime de comércio multilateral – por exemplo, a Ronda Uruguai.

O período de interdependência foi marcado por sucessivas mudanças na balança de poder e crises periódicas entre os Estados. Os mais poderosos tentaram manusear os problemas através da criação de novos mecanismos de cooperação multilateral, reformaram as instituições de Bretton Woods (revisão do sistema monetário internacional e enfoque no desenvolvimento económico) e criaram um novo agrupamento como o G7.

Do ponto de vista económico, assistimos a um processo de liberalização continuada, ao apogeu do capitalismo liberal e à queda das teses Keynesianas assente também no progresso tecnológico. (Costa, 2010:47)

3. GLOBALIZAÇÃO

Nos anos 90, emergiu o terceiro sistema económico internacional, que permanece até aos dias de hoje.

Com a queda do Muro de Berlim em 1989 e o subsequente colapso do soviétismo ruiu aquela velha ordem mundial estabelecida pelos vencedores da Segunda Guerra Mundial que viveu durante quase quatro décadas, segundo o ritmo de uma bipolarização fomentada pela Guerra Fria. (Maltez, 2002:115)

Consequencialmente as bases políticas da economia global modificaram-se substancialmente. A grande divisão entre os mundos comunista e capitalista desapareceu, assim como os respetivos sistemas económicos. (Costa, 2010:49)

Os governos ao redor do mundo, acabaram por adoptar o mesmo tipo de políticas económicas: desvalorização, privatização e liberalização internacional, pugnando, quase como uma lei, pela redução das barreiras comerciais. (Costa, 2010:50)

Crescia outros aspetos característicos da globalização como a emergência de um mercado global, de uma cultura global, de uma língua mundial, o alastramento da democracia e da sociedade civil global. (Bispo, António, 2017:7)

A globalização, parafraseando a definição de David Held e Anthony McGrew, publicada no Oxford Companion to Politics of the World, de 2001, pode ser considerada um processo que levou a uma transformação radical na organização espacial das relações humanas e nas consequentes trocas de ideias, bens e serviços, gerando novos fluxos e redes de actividade, de interação e de poder entre as várias comunidades humanas, tendo surgido quatro tipos de mudança. (Maltez, 2002:113)

Entre as quais José Adelino Maltez (2002:113) enumera:

1. Alargamento das actividades sociais, políticas e económicas que vararam fronteiras, regiões e continentes;
2. A intensificação das conexões e dos fluxos do comércio, do investimento, das fianças, das migrações, da cultura, etc;
3. O aumento da velocidade das interações e dos processos globais, bem como o desenvolvimento dos sistemas mundiais de transportes e comunicações, que incrementaram a difusão das ideias, dos bens, das informações, dos capitais e dos povos;
4. O crescimento extensivo e intensivo, das interações globais é acompanhado pelo aprofundamento do respectivo impacto, levando a que acontecimentos locais passem a ter difusão global, pelo que se tornam bastante fluidas as fronteiras que separavam os assuntos domésticos das questões globais. (Ibid.)

Esta interdependência económica entre os Estados trouxe vantagens e desvantagens: entre as vantagens encontram-se o aumento de fluxos de capital estrangeiro, o aumento da competição e o aumento do comércio internacional, os quais se refletiam no rápido crescimento de negócios, de inovação tecnológica e oportunidade de internacionalização. Contudo, também se nota a disparidade entre países pobres e ricos, desemprego e escassez no mercado agrícola.

A globalização também veio alterar o alicerce do sistema internacional – o Estado-Nação soberano, ao enfraquecer a capacidade dos governos em gerir as suas economias através de políticas económicas nacionais como as políticas cambiais.

No período da globalização o desafio foca-se na capacidade dos governos em perseguir objetivos nacionais como a preservação ambiental e políticas laborais. (Spero et al, 2010:8)

Os anos 90 ficaram igualmente marcados, do ponto de vista comercial, pela emergência de uma nova vaga de blocos de integração regional, em vários pontos do globo, com destaque para a *North American Free Trade Area* (NAFTA), no subcontinente norte-americano, o Mercado Comum do Sul (Mercosul), no subcontinente sul-americano ou a revitalização da Associação de Nações do Sudeste Asiático (ASEAN), entre dez países do sudeste asiático. (Costa, 2009)

Com a globalização cada país do mundo tornou-se membro de acordos de comércio regional e de pelo menos um bloco económico. Mais de um terço do comércio mundial ocorre a partir desses acordos. De forma simples, os RTAs visam reduzir ou remover completamente as tarifas aos fluxos comerciais entre Estados-Membros, e alguns RTAs também visam eliminar barreiras não-pautais e liberalizar fluxos de investimento. (Mauro et al, 2008:5) Ao nível mais profundo, os RTAs têm o objectivo de alcançar a união económica implicando a criação de instituições comuns. (Schiff e Winters, 2003 citado em Mauro et al., 2008:5)

A relação entre o regionalismo e a globalização tende a ser representada na literatura de duas maneiras: como regionalismo aberto visando a integração das economias participantes num mercado global ou como uma forma de resistência às forças do mercado global. Por outras palavras, o regionalismo emerge como o resultado ou a resposta à globalização dependendo se a relação é complacente ou antagonista. (Nesadurai, 2002 citado em Mauro et al., 2008:6)

Deste modo, embora não haja consenso quanto ao impacto da integração regional na globalização uma coisa podemos ter certeza: o regionalismo e a globalização não são mutuamente exclusivos e não podem ser analisadas em isolamento uma da outra. De facto, a globalização pode implicar até ligações mais fortes a nível regional. Acrescentando que os blocos comerciais encorajam o comércio em regiões

específicas, possivelmente criando externalidades positivas no resto do mundo que podem tomar a forma de criação de comércio.

No outro estudo, podemos constatar que nos RTAs de países regionalmente próximos o comércio aumenta significativamente. Ao mesmo tempo a proximidade geográfica também contribui para o aumento do comércio entre membros e não-membros. (Mauro et al., 2008:8)

B. A IMPORTÂNCIA DO COMÉRCIO

O comércio, enquanto atividade econômica, pode ocorrer a nível doméstico, quando dois ou mais indivíduos trocam bens e serviços dentro de um determinado território. Ou pode ser comércio internacional, quando as trocas são conduzidas através de fronteiras nacionais (Cohn, 2008 citado em Costa, 2010:80)

Hoje, todas as nações participam até certo ponto no comércio internacional e praticamente todos os produtos são comercializados nos mercados internacionais ou dependem de componentes provenientes de fornecedores internacionais (OECD, 2009:3-4). E o mesmo acontece com os muitos serviços de que dependemos no dia-a-dia. (OECD, 2009: 4)

O comércio internacional constitui assim, uma componente estruturante do processo de globalização. Ao longo do tempo, os governos da maior parte dos países têm vindo a abrir as suas economias ao comércio internacional através do sistema comercial multilateral dos processos de integração regional ou com medidas de política interna. O comércio assumido aqui numa perspectiva de comércio livre, sem barreiras, permitiu a muitos países beneficiar da especialização e de economias de escala, aumentando a eficiência da escala de produção. Aumentou a produtividade, fomentou a difusão de conhecimento e das novas tecnologias e disponibilizou uma maior variedade de produtos à disposição dos consumidores. (Cohn, 2008 citado em Costa, 2010:80-81)

No âmbito do comércio internacional a perspectiva teórica divide-se em duas grandes correntes: o liberalismo e o protecionismo.

Para os liberais, o comércio livre é benéfico para todos os agentes económicos, visto que origina um aumento da eficiência na afetação dos factores produtivos, levando

a um aumento da produtividade na utilização dos mesmos. (Cohn, 2008; Guimarães, 2005 citado em Costa, 2010:81).

O Liberalismo implica liberdade individual e políticas de desregulamentação. Os governos impõem barreiras comerciais mínimas nas importações e exportações, promovendo assim a competição global que é a base da globalização. (Mohaar, 2018)

Já o Proteccionismo aposta na prática de salvaguardar as indústrias de um país de competição estrangeira. Esta proteção é aplicada de várias maneiras como segurança fronteiriça, taxas nas importações, barreiras comerciais e outras medidas escolhidas pelos governos. Em conclusão, enquanto que o liberalismo é voltado para o mercado externo, o proteccionismo é para o interno. (Ibid.)

Algumas das vantagens do comércio segundo Costa (2010, 83) são as seguintes:

- A distribuição de recursos humanos, naturais e capital entre os países é desigual, pelo que as sociedades diferem na dotação dos recursos económicos de que necessitam para gerir a sua subsistência;
- A produção eficiente dos vários bens requer diferentes tecnologias e combinação de recursos produtivos;
- Os produtos são diferenciados na qualidade e noutros atributos não relacionados com o preço, pelo que algumas pessoas podem preferir a produção importada face aos produtos domésticos.

Com a introdução do comércio (totalmente livre, sem qualquer tipo de barreiras), o ponto de consumo passa a diferenciar-se da produção pois o rácio de preços relevante passa a ser o internacional, principalmente para as pequenas economias, e obtém-se um bem-estar superior. Os produtores podem vender o seu produto no mercado internacional a um preço mais elevado, enquanto os consumidores podem adquirir os bens importados a um preço inferior. Este será o principal resultado de uma afectação de recursos mais eficiente a nível internacional (especializações) e de uma concorrência efectiva nos mercados internacionais. Em síntese, a principal vantagem do comércio internacional será uma melhor afectação dos recursos disponíveis. (Costa, 2005 citado em Costa, 2010:93)

1. BREVE HISTÓRIA DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO

Segundo Pilgrim e Meier (1995:3) as Câmaras de Comércio são organizações de associados representantes de uma comunidade empresarial e composta por empresas e indivíduos envolvidos no comércio, indústria e serviços. A sua missão principal é proteger e promover os negócios empresariais. Têm uma dupla função de representação: por um lado, assistem os seus membros e por outro, aconselham e influenciam o governo a criar um ambiente de negócios favorável.

Todas as Câmaras de Comércio têm em comum certas características.

Em primeiro lugar são organizações sem fundos lucrativos; em segundo lugar, são autoadministradas visto que os seus membros digeram a sua política, e por último, são territorialmente organizadas representando diferentes sectores económicos numa determinada área geográfica (ex. cidade, província, Estado). (Ibid.)

Numa perspectiva histórica, o mais velho antecessor das Câmaras do Comércio de hoje são as corporações europeias medievais e associações de comerciantes. Essas organizações foram órgãos locais de autoajuda estabelecidos e administrados por comerciantes para proteger e regular os seus negócios. As Câmaras do Comércio não existiam numa base nacional, mas concentravam-se no comércio dos principais grandes centros da época. As associações comerciais organizavam trocas de *commodities*, pesos e medidas determinados e supervisionados e ainda criaram o conselho de arbitragem, portos e mercados administrados.

Com a Revolução Francesa despontou os Estados-Nação modernos e o poder das cidades e dos comerciantes diminuiu, assim que o governo estatal começou a organizar e a regular a economia a nível nacional. A França e o Reino Unido aboliram as associações com as *Loi Le Chapelier of 1791* and *the General Combination Act of 1799*, respetivamente. Nos restantes países, a influência destas associações diminuiu assim que a liberdade de comércio foi introduzida. (Pilgrim e Meier, 1995:3-4)

Historical Overview

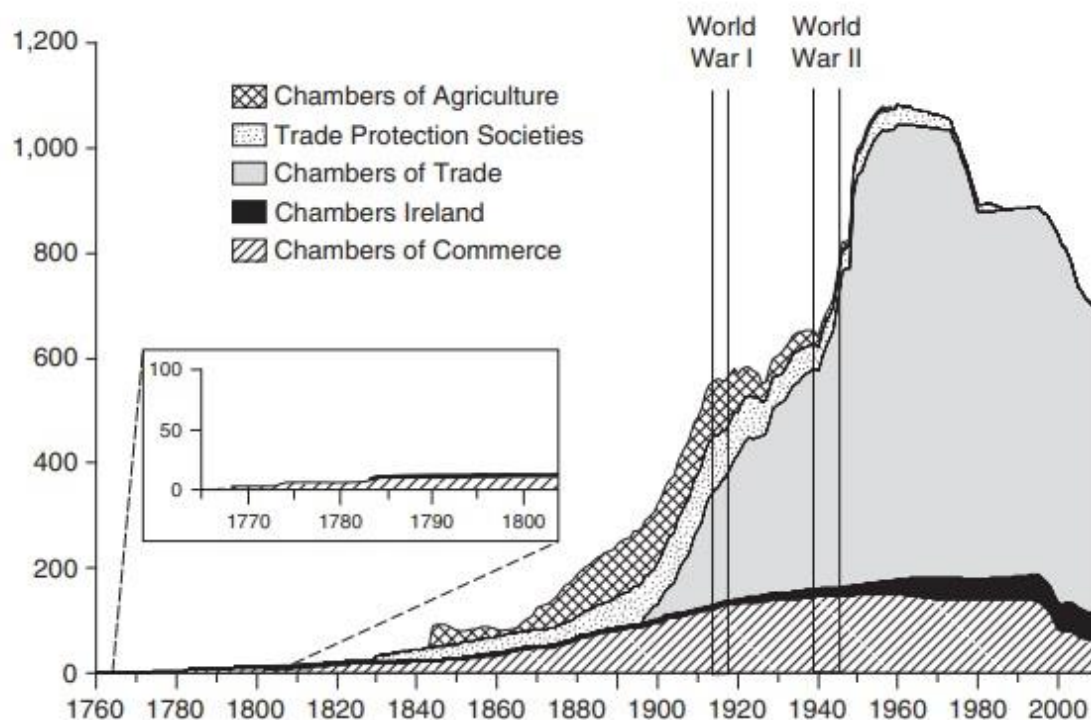


Figura 1 – Desenvolvimento histórico das Câmaras de Comércio

As Câmaras de Comércio dividem-se em dois modelos diferentes: o Continental e o Anglo-Saxónico.

O primeiro modelo nasceu em França durante o período Napoleónico e opera na maioria dos países europeus ocidentais. Este estipulava que todos os empreendedores tinham de pertencer à sua respetiva Câmara sendo que a lei regulamentava a abrangência regional destas só permitindo uma Câmara de Comércio por cidade/distrito. Originalmente, estas Câmaras eram os principais órgãos consultivos da administração do Estado e tinham como funções reunir, agregar e apresentar opiniões e propostas da comunidade empresarial sobre a legislação económica, tarifas e promoção de negócios para o governo. (Pilgrim e Meier, 1995:4)

As Câmaras também tinham de coletar e fornecer informações estatísticas sobre comércio e indústria da região. Acrescentando que estas Câmaras não eram autoadministradas e não tinham os seus próprios orçamentos. Ao invés, eram chefiadas por funcionários públicos e podiam ser vistas como órgãos para-estatais do governo. (Ibid.)

Já o segundo modelo teve origem no Reino Unido e foi introduzida em várias colónias britânicas. Seguindo a tradição liberal da política económica britânica as autoridades públicas tinham uma abordagem menos intervencionista, favorecendo a autoadministração das comunidades empresariais. As Câmaras eram estabelecidas sob direito privado requerendo um registo na empresa ou associação. A sua adesão era voluntária, a cobertura regional não é regulada e as tarefas das Câmaras não eram legalmente definidas. (Pilgrim e Meier, 1995:5)

Em conclusão, a maioria dos países pode ser classificada dentro de um dos modelos, contudo alguns países incorporam características dos dois modelos classificando-os como Sistemas Mistos.

Modelo Continental	Modelo Anglo-Saxónico
Legislação especial (estatuto de direito público)	Não há lei a regular a criação e direção das Câmaras (direito privado)
Filiação obrigatória	Adesão voluntária
As Câmaras têm um órgão consultivo <i>vis à vis</i> governamental	Qualquer pessoa é livre para criar uma Câmara
Há só uma Câmara por região	As Câmaras não precisam de cumprir as tarefas designadas pelos governos
As Câmaras cumprem funções delegadas pelos governos	Quadro I. Comparação de modelos de Câmaras de Comércio
As Câmaras são sujeitas a supervisão pública	

De modo a contextualizar melhor o trabalho da Câmara de Comércio Luso-Britânica iremos relatar um pouco da relação atual que o Reino Unido tem com Portugal.

2. RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE O REINO UNIDO E PORTUGAL

O Reino Unido apresenta desde já uma população significadamente superior à nossa. Enquanto Portugal comporta cerca de 10 milhões de habitantes, o Reino Unido tem, segundo a *Worldmeters* (2020) 67,796 milhões de habitantes. Evidentemente que o mercado externo do país é superior a Portugal classificando-se atualmente como a 5ª maior economia a nível mundial e a 2ª no contexto do continente europeu. O país também se posicionou como 10º exportador de bens e 2º de serviços a nível mundial em 2018; e como 5º importador de bens e 6º de serviços. (My AICEP, 2019)

Os principais mercados comerciais do Reino Unido são: os Estados Unidos (15%), a Alemanha (10.1%), os Países Baixos (7.1%), a França (6.4%) e a China (5.1%). (Department for International Trade, 2020:6)

O Reino Unido é também receptor de grandes fluxos de emigração portuguesa e o principal provedor de receitas turísticas para Portugal tendo atingido em 2017 os 2.591 biliões de euros. (The Portugal News, 2018)

Contudo com o processo de saída do Reino Unido da União Europeia – *Brexit* – que findou a 31 de Janeiro de 2020 e a entrada em vigor do Acordo de Saída, os dados estatísticos alteraram-se. Este período de instabilidade política, institucional, social e maioritariamente económica fez-se ressentir na desvalorização da libra e no consequente aumento da inflação.

Tais factores reduziram o poder de compra das famílias e os investimentos dos agentes económicos. Em 2019, a economia britânica registou a mais baixa taxa de crescimento dos últimos cinco anos (1,3%), prevendo-se que continue a abrandar em 2020 (1,1%). (My Aicep, 2019)

Em relação a Portugal, o Reino Unido foi o 4º cliente das exportações portuguesas de bens em 2019, ocupando a 8ª posição ao nível das importações. Ao longo do período 2015-2019 verificou-se um crescimento médio anual das exportações de 2,1%, sendo o respetivo acréscimo das importações de 2,9%. (My Aicep, 2019)

Em termos de parceria económica, verificamos que Portugal tem exportado bem mais do que tem importado apresentando uma balança comercial positiva, com um saldo de 1 535 milhões de euros em 2019. (My Aicep, 2019)

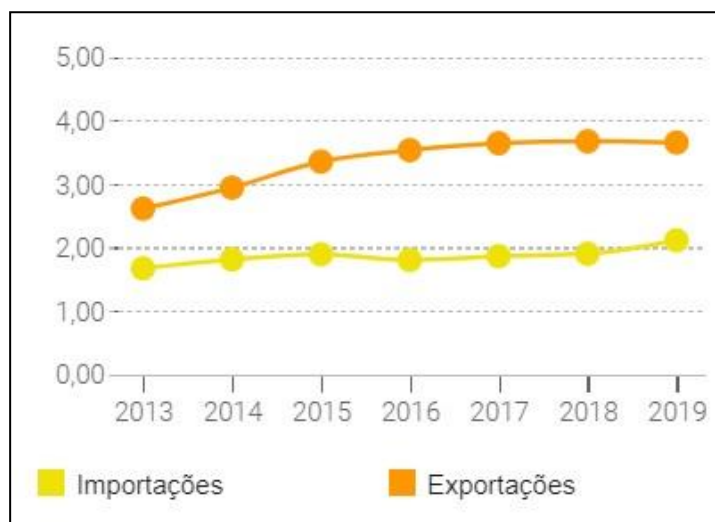


Fig.2 Balança comercial de mercadorias de Portugal com o Reino Unido, em mil milhões de euros.

Fonte: INE a 13/03/2020

Na estrutura das exportações destacam-se os veículos e outro material de transporte (21,4% do total em 2019) e as máquinas e aparelhos (17,5%), seguidos do vestuário (7,0%), produtos alimentares (6,4%) e plásticos e borracha (5,6%).

Ao nível das importações, os principais grupos de produtos respeitam a máquinas e aparelhos (23,1% do total em 2019) e produtos químicos (18,8%), seguidos dos veículos e outro material de transporte (10,3%), combustíveis minerais (10,1%) e metais comuns (8,9%). (My Aicep, 2019)

As previsões do futuro do comércio internacional entre os dois países ainda não estão definidas visto que 2020 é considerado um período de transição onde o Reino Unido ainda pertence ao Mercado Único Europeu e estão em vigor as leis e regulamentos da União Europeia.

Pressupunha-se que os efeitos do Brexit na economia portuguesa fossem transversais afectando bens e serviços, comércio internacional e investimento, fluxo migratório, remessas dos imigrantes, turismo e mercado imobiliário. (CIP, 2018:5)

Em casos concretos, a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) prevê uma diminuição de exportações portuguesas para o Reino Unido no âmbito dos 299 milhões de euros (comparativamente a 2015).

Ainda assim, o efeito simples da cobrança de tarifas seria reduzido, numa perda de apenas 0,2%. Concluimos assim, que o impacto para o conjunto da economia é limitado, pois só se prevê o PIB português penalizado em meros 0,037%, pouco mais de 66,5 milhões de euros com referência ao que o país produzia há cinco anos. (Caetano, 2020)

Neste sentido, a AICEP tem vindo a desenvolver apoios, nomeadamente para capacitação das empresas com foco no *e-commerce* e nos mercados internacionais. Foram ainda constituídas três *task-forces* – Saúde, Agroalimentar e Logística – para corresponder aos novos desafios encontrados nestas áreas e dar resposta às empresas. (Portugal Global,2020:4)

Num país em que o tecido empresarial é maioritariamente constituído por pequenas e médias empresas, e onde a atividade exportadora representa 44 por cento do PIB nacional, a abertura do exterior aos bens e serviços portugueses será um dos fatores importantes para a retoma da atividade económica. (Portugal Global, 2020:6)

SECÇÃO II

A. CÂMARA DE COMÉRCIO LUSO-BRITÂNICA NA ACTUALIDADE

1. HISTÓRIA

Fundada em 1911, a CCLB tem as suas raízes num passado ainda mais longínquo, numa instituição denominada “*The British Factory*”, que se pensa ter sido criada por volta de 1654 e que aparentemente terá sido uma associação informal de comerciantes de origem britânica, e que se extinguiu em 1825. Só oitenta e seis anos mais tarde, e um ano após a proclamação da República Portuguesa, surgiu uma instituição que visava servir os interesses da comunidade Britânica em Portugal, então com a designação de *British Chamber of Commerce in Portugal*.

Enquadra-se no modelo Anglo-Saxónico quanto à sua tipologia, apresentando as características indicadas no Quadro I – Comparação de modelos de Câmaras de Comércio.

2. MISSÃO, VISÃO E VALORES

A CCLB tem como missão promover o comércio bilateral e as oportunidades de negócio entre Portugal e o Reino Unido, auxiliando as empresas envolvidas no comércio bilateral a terem acesso aos serviços, apoios e contactos apropriados à expansão dos seus negócios. (Câmara de Comércio Luso-Britânica, n-d.-a)

A CCLB cumpre a sua missão através de três pontos-chave:

- Exige um contacto directo com as empresas e a protecção e promoção dos interesses dos associados, incluindo o reforço da cooperação na troca de produtos, serviços ou tecnologias entre Portugal e o Reino Unido;
- Implica a análise e monitorização de propostas de lei que poderão afetar os interesses dos associados e representações em seu nome às autoridades competentes;
- Encoraja autoridades governamentais e associações industriais na consulta de tópicos relacionados com os interesses dos associados. (Câmara de Comércio Luso-Britânica, n-d.-a)

A sua visão é ser reconhecida como ponto de referência das empresas que estão envolvidas em atividades comerciais entre Portugal e Reino Unido, com particular ênfase nos seus membros.

Os seus valores distinguem-se em três componentes:

- Acessível, Receptiva e Comunicativa
- Boa ligação no Reino Unido e em Portugal
- Eficiente e oferecendo grande valor monetário

Quanto ao financiamento, a Câmara de Comércio Luso-Britânica é financiada única e somente pelas subscrições dos seus associados e pelos lucros dos eventos por si organizados, bem como os serviços disponibilizados. Não participa em qualquer actividade política e trabalha com, e não para Organizações Governamentais.

Qualquer empresa, trabalhando em qualquer dos dois países (Reino Unido ou Portugal), poderá tornar-se associada da Câmara dando-lhe assim o estatuto de Câmara Bilateral.

Os meios de comunicação da era digital que vivemos são obviamente incontornáveis. A Câmara de Comércio Luso Britânica considera-os prioritários e são participantes activos do mesmo. Esta actividade na plataforma online é uma das formas da CCLB se alargar a um maior leque empresarial português e britânico. Podemos encontrar estas páginas que promovem a interação entre os associados e não-associados em várias plataformas como:

- LinkedIn – <https://www.linkedin.com/in/britishportuguesechamber/>
- Facebook - <https://www.facebook.com/bpccportugal/>
- Youtube - <https://www.youtube.com/user/BritPortChamber/featured>
- Twitter - https://twitter.com/bpcc_portugal

Caracterizada pela sua pro-actividade e dinamismo a Câmara de Comércio Luso-Britânica procura sempre antecipar-se às necessidades das empresas e dos mercados e por esse motivo encontra-se envolvida em vários projectos que são uma prioridade na sua actividade diária.

O primeiro, relaciona-se com a selecção de algumas feiras profissionais no Reino Unido, em sectores identificados como estratégicos para as empresas portuguesas, que são agora representadas em exclusivo pela CCLB em Portugal: *Elevate Arena / Copa / Elite Sports, Speciality & Fine Food Fair* em Londres e em Singapura, *HRC 2020 Hotel, Restaurant & Catering, PURE Origin, Futurebuild* (Ecobuild), *IFE The International Food & Drink Event, PRO2PAC, The Professional Kitchen Show / The Foodservice Show, Hostex 2020*, entre outras.

Estas empresas expositoras contam com o apoio da CCLB na organização, logística, acompanhamento e avaliação de potenciais parceiros comerciais. Sendo que este projeto já obteve como resultado o estabelecimento de várias parcerias de divulgação com entidades nacionais.

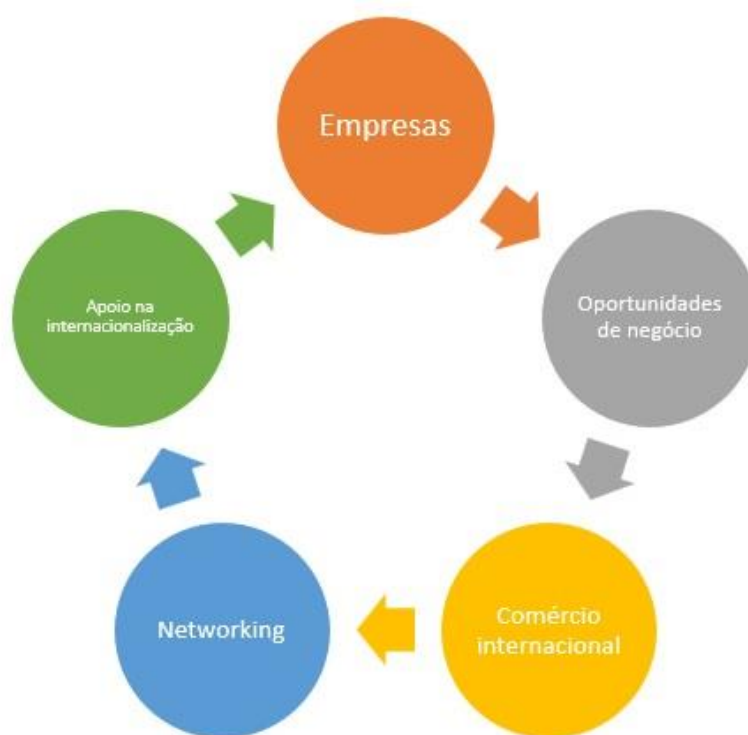


Fig.3. Fluxograma funcionamento da Câmara de Comércio

Fonte: Elaboração própria

3. ESTRUTURA

A actual carteira de associados é representativa de um leque abrangente de sectores industriais. A CCLB conta com um universo de 400 membros, oriundos das comunidades empresariais Portuguesa, Britânica e internacional em Portugal e no Reino Unido. (Câmara de Comércio, n.d-a) .

A sua sede situa-se na Rua Sacadura Cabral nº 65, Bloco B, Piso 0, Loja 6, 1495-703 Cruz-Quebrada -Dafundo e tem representações no Norte e no Sul de Portugal, esforçando-se também por fazer chegar o seu vasto leque de eventos e actividades às outras regiões do país.



Fig.4 Fotografia da atual localização da CCLB

Fonte: Da Autora

A estrutura orgânica da CCLB é composta pela Assembleia Geral, Conselho Diretivo, Conselho Fiscal e pelo Conselho Executivo (onde exerço o meu estágio), este último atualmente composto por cinco membros: Secretário-geral, Responsável pelo departamento de eventos e serviços comerciais, Responsável pela adesão à Câmara, desenvolvimento do site e contas, representante da Região Sul e representante da Região Norte.

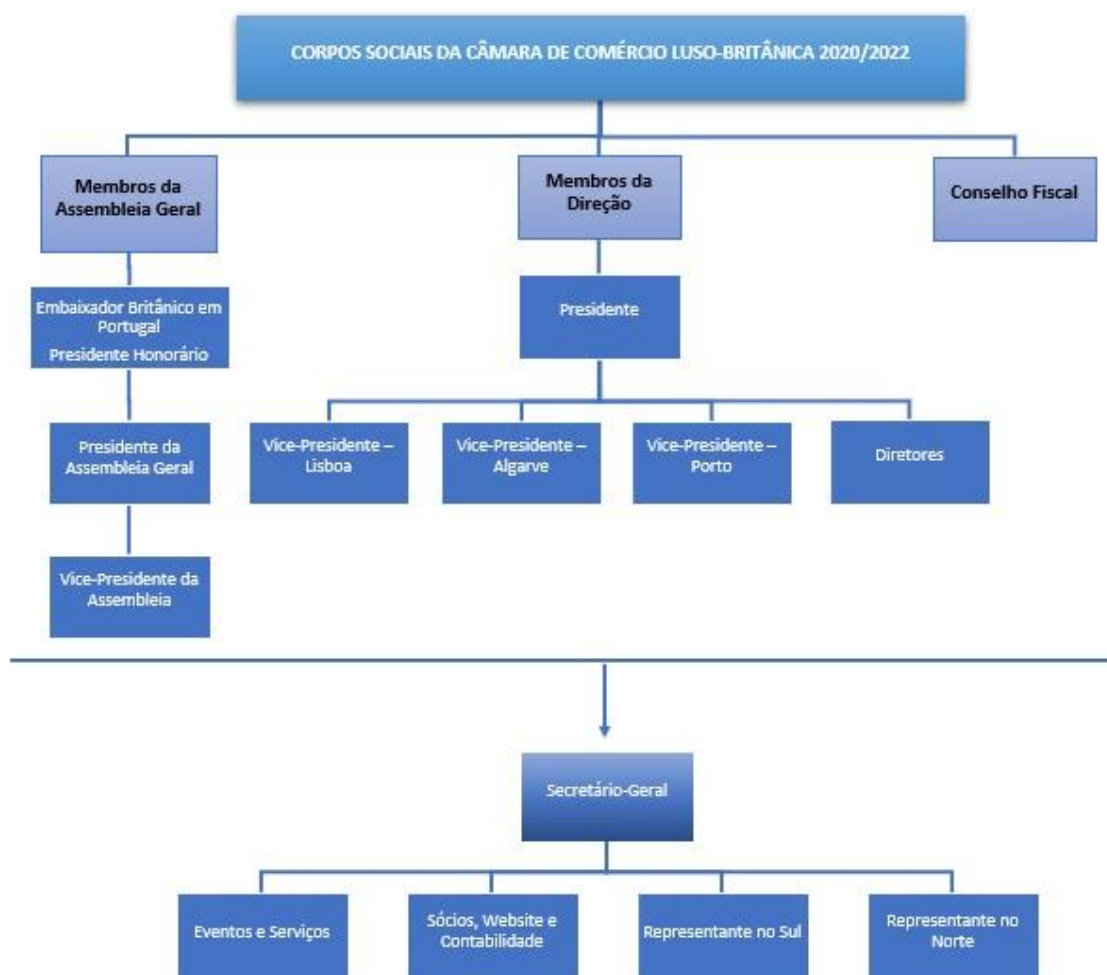


Fig.5 Organograma CCLB

Fonte: Elaboração própria

Dos membros corporativos da Câmara de Comércio Luso-Britânica fazem parte a BP, a British School Lisbon, a EDP renováveis, EY, a Lexus e a Toyota.

Corporate Members



Fig.6 Membros Corporativos da CCLB

Por sua vez, os membros executivos são: a Blacktower Financial Management (International) Limited, a Bonhams, a BT Portugal, a Colt Technology and Services, a Conrad Algarve, a DLA Piper, a Edge International Lawyers, a Fine & Country Central Algarve, a InterContinental Cascais-Estoril, a InterContinental Lisbon, a JLL, a Millennium bcp, a Moneris, a Morais Leitão, Galvão Teles, a Soares da Silva & Associados, a Re/Max – Parede / Vilamoura / Quarteira, a Santiago de Alfama, a Savills Portugal, a Sociedade Central de Cervejas e Bebidas, a Sovereign e a Xerox Portugal.

Executive Members



Fig.7 Membros executivos da CCLB

4. OBJECTIVOS

O objectivo principal da CCLB é a promoção das relações comerciais entre os dois países, mas não se cinge a isso.

As actividades e serviços que a CCLB coloca à disposição dos seus associados e do público em geral são as seguintes:

- Representação em feiras e exposições;
- Apoio às empresas expositoras com preparação para a feira: viagens, hotel, transporte de materiais, publicidade, aluguer de materiais para expor;
- Pesquisa de contactos e apresentação ao mercado através da mediação comercial;
- Serviços de apoio às empresas: traduções, interpretações, certificações e autenticação notarial de documentos;
- Pesquisa de mercado por setor de atividade para mostrar às empresas a atratividade do mercado;
- *Networking*: eventos de carácter social e almoços-debate com oradores de prestígio;
- Organização de eventos: Cursos de formação e Seminários/Workshops;
- Missões empresariais entre Portugal e Reino Unido;

Mais especificamente, a Câmara (Câmara de Comércio Luso-Britânica, n.d.- a) também desempenha outros serviços como:

- Disponibilizar um fórum para empresários de qualquer nacionalidade, que têm o Inglês como língua de trabalho, se poderem expressar sobre assuntos que afetam o seu meio empresarial e social;
- Apresentar uma imagem positiva junto da comunidade local; sempre que se proporcionar, agregar valor à vida económica de Portugal, através das actividades da Câmara e demonstrar um forte espírito de integração e cooperação na comunidade;

- Maximizar os benefícios da relação da Câmara com a Embaixada Britânica e o seu vasto network de contactos em Portugal, de forma a dar credibilidade e reforçar a imagem da Câmara;
- Promover os objetivos da Câmara junto de outras entidades em Portugal, que operam em áreas semelhantes ou complementares, incluindo outras Câmaras de Comércio;
- Criar uma plataforma de comunicação com membros actuais e potenciais membros e em resultado, incrementar a associação à Câmara;
- Oferecer um variado programa de eventos que irá fortalecer a base financeira da Câmara e ajudar à consciencialização geral de questões relacionadas com o mundo empresarial em Portugal.

SECÇÃO III

A. ACTIVIDADES PROPOSTAS E REALIZADAS NO ÂMBITO DO ESTÁGIO

A CCLB por reconhecer a importância do empreendedorismo, está a colaborar actualmente com outras instituições europeias na promoção do programa Erasmus para Jovens Empreendedores. Este é um programa transfronteiriço que dá aos novos empreendedores, ou aos que pretendem sê-lo, a oportunidade de adquirirem conhecimentos para gerirem pequenos negócios, junto de empreendedores experientes, num outro país participante no programa. (Erasmus for Young Entrepreneurs, n.d.)

A troca de experiências ocorre durante a estadia com o empreendedor experiente, permitindo que o novo empreendedor adquira as competências específicas necessárias para gerir uma pequena empresa. O empreendedor de acolhimento beneficia de novas perspectivas sobre o seu negócio e tem a oportunidade de cooperar com parceiros estrangeiros ou adquirir conhecimentos sobre novos mercados. (Ibid.)

A minha primeira tarefa no estágio envolveu este projecto e consistiu na elaboração e edição de um guia informativo para futuros empreendedores².

Adicionalmente, desenvolvi *flyers* promocionais do programa como constará em anexo³.

Outra das minhas tarefas consistiu na actualização dos contactos em várias bases de dados no que concerne ao universo de 2500 empresas portuguesas do sector agroalimentar e bebidas, uma amostra da quantidade de PME's existentes em território português. Nestas pude avaliar a exponencialidade de PME's que Portugal apresenta, principalmente no sector vinícola.

Estas listas de dados terão a sua utilização na promoção das missões empresariais que a Câmara de Comércio Luso-Britânica irá realizar ao mercado e inversas⁴ no setor alimentar e bebidas ao abrigo do projeto “Boost Portugal”

² Ver Anexo I, página 64

³ Ver Anexo II, página 106

⁴ Missões de compradores do Reino Unido a Portugal

cofinanciado pelo Portugal 2020⁵ assim como para as feiras⁶ alimentares que representam.

Este projecto tem como objectivo principal reforçar a competitividade das PME's e o seu maior foco de intervenção são as zonas Norte, Centro e Lisboa. É intenção presente ser desenvolvido no período de 2020-21 (tendo sido adiado por causa da pandemia COVID-19) e não só terá incidência nos sectores agroalimentares e bebidas mas noutras áreas com potencial exportador como o Digital, IT e Media e Têxteis, Decoração e Interior Design.

Outro projecto que me foi incumbido consistiu no Relatório⁷ sobre a importância do Mercado de Fitness, Ginásios e Atividade Física no Reino Unido, onde eu analiso o peso deste sector na economia, a taxa de crescimento e perspectivas de crescimento. Este projecto integrado na promoção da feira Elevate⁸ a realizar 16 e 17 de Junho de 2021 terá como objectivo promover os produtos portugueses no mercado britânico.

A área de fitness é um mercado em expansão e cabe a nós, portugueses, demonstrar que o mercado tem potencial para se investir. Como as feiras no RU têm custos elevados para expositores assim como toda a preparação para expor numa feira, como é o caso da Elevate Arena, se o mercado para o setor não for considerado interessante não justifica o investimento. Na realidade tem a ver com exportações portuguesas para o Reino Unido e com a internacionalização das empresas para este mercado.

Ao longo deste tempo tive a oportunidade de participar em alguns dos Webinars que se revelaram uma fonte de informação credível e útil. Ressalto que não me foi autorizada a participação em todos os eventos pelo que só vou relatar o conteúdo pormenorizado dos que me foram permitidos assistir.

De seguida passo a mencionar o calendário de eventos durante o meu período de estágio:

⁵ Ver mais em <https://bpcc.pt/portugal-2020/>

⁶ Ver mais em <https://bpcc.pt/trade-fairs/>

⁷ Ver Anexo III, página 109

⁸ Ver mais em www.elevatearena.com

Planeamento de eventos Março 2020	
Data	Tema
3-5 Março	Feira Futurebuild 2020
3-5 Março	HRC – Hotel, Restaurant & Catering
11-12 Março	Curso de Gestão Laboral, Lisboa e Porto
27 de Março	Webinar – “The impact of COVID -19 on contracts: how can I help my business survive?”

A feira Futurebuild 2020 realizada em Londres este ano nos dias 3 a 5 de Março, é um evento anual classificado como: o maior evento de design, arquitetura, construção e ambiente construído sustentável e atrai mais compradores e líderes empresariais provenientes da indústria da construção do que qualquer outro evento. Mais do que uma mera exposição a Futurebuild reúne comunidades de diferentes proveniências e setores que a ela acorrem para aprender, partilhar, experimentar e descobrir o futuro da construção sustentável. Agregando um vasto mostruário de produtos e materiais sustentáveis inovadores, um programa educacional pioneiro e dezenas de atrações interativas, a Futurebuild é uma proposta empolgante para todos os expositores.⁹ (CCLB, 2020)

Na mesma data, foi realizado a HRC (Hotel, Restaurant & Catering) que consiste na maior feira ao serviço do terceiro maior setor económico no RU em termos de receitas e o segundo maior empregador do setor. Esta feira é a única para os compradores de foodservice de todos os canais: fine and casual dining, hotel in-room, restaurant and buffet, travel and contract caterers, the cost-sector, mobile caterers, food-to-go and QSR.¹⁰ CCLB (2020-a)

Os dias 11 e 12 de Março foram destinados ao Curso de Gestão Laboral, direcionado aos Diretores e Responsáveis dos Departamentos Laboral e Financeiro, com os seguintes objectivos: obter conhecimentos sobre a legislação laboral bem como as

⁹ Ver mais em www.futurebuild.co.uk

¹⁰ Ver mais em <https://www.hrc.co.uk>

boas práticas nessa área; saber calcular os custos laborais e os procedimentos obrigatórios, definindo assim a estrutura organizativa ótima e com melhor controlo de custos; conhecer as diferentes formas de contratos, as suas limitações e prazos, as formas de cessação da relação laboral e formas de remuneração; tomar conhecimento dos diferentes incentivos e ajudas à contratação e saber todas as recentes alterações em matéria laboral. (CCLB, 2020-b)

Por último, no dia 27 de Março organizou-se um Webinar via Zoom que visava destacar algumas soluções para empresas relativamente às questões laborais, impostos e relações contratuais derivadas da pandemia Covid-19.

Planeamento de eventos Abril 2020	
Data	Tema
1 de Abril	Webinar – “Medidas adotadas face ao COVID-19”
7 de Abril	Webinar – “Covid-19 Simplifying Lay-off”
9 de Abril	Webinar with Rob Hanly – “Adapt or Die – how can you survive and thrive in times of crisis?”
14 de Abril	Webinar – "Lay Off e outras Medidas de apoio (aos trabalhadores e às empresas) para proteção dos postos de trabalho
15 de Abril e 22 de Abril	Webinar – “Os desafios da Cibersegurança em tempos de trabalho remoto”
17 de Abril	Webinar – “Coronavirus & Business – measures and instruments to tackle the crisis”
20 de Abril	Webinar – “Estratégias para lidar com o Confinamento durante a Pandemia COVID-19”
23 de Abril	Webinar – “Emerging Stronger with Tim Vieira”
24 de Abril	Webinar – “Are you suited to be a Remote Worker?”

28 de Abril	Mesa Redonda Digital Inovação no Centro da Estratégia de Recuperação – a Nova Agenda de Investimento das Empresas
30 de Abril	Webinar – “Oil Price volatility and this unique moment in the Energy Market”

No mês de Abril seguiu-se inúmeros Webinars dedicados exclusivamente ao período crítico de pandemia que vivíamos. O primeiro, dia 1 de Abril, abordava as medidas fiscais, medidas de apoio às empresas e o lay-off simplificado. Este último ponto foi novamente discutido no Webinar: “*Covid-19 Simplifying Lay-off*” do dia 7 de Abril e mais em pormenor no dia 14 de Abril no Webinar: “Lay Off e outras Medidas de apoio (aos trabalhadores e às empresas) para proteção dos postos de trabalho.

O programa detalhado da (CCLB, 2020-e) resumiu-se às:

- a) Medidas de apoio aos trabalhadores e às empresas destinadas à proteção dos postos de trabalho e mitigação de situações de crise empresarial;
- b) A quem se aplicam. Requisitos;
- c) Layoff Simplificado;
- d) Isenção Pagamento Segurança Social;
- e) Plano Extraordinário de Formação;
- f) Incentivo Financeiro Extraordinário para Apoio à Normalização da Atividade da Empresa;

No dia 9 de Abril, o australiano Rob Hanly, nómada digital, partilhou a sua experiência e sabedoria no Webinar– “*Adapt or Die – how can you survive and thrive in times of crisis?*” que tal como o nome indica, é sobre como as empresas podem sobreviver e prosperar em tempos de crise.

O dia 15 e 22 de Abril foi dedicado ao Webinar – “Os desafios da Cibersegurança em tempos de trabalho remoto” que relatou os desafios que o uso de plataformas informáticas baseadas na Internet, como a plataforma Zoom, criam em termos de cibersegurança. (CCLB, 2020-f)

Os dias 17, 20 e 23 de Abril foram novamente destinados ao tema Covid-19.

O dia 17 subordinado às medidas e instrumentos para enfrentar a crise sublinhando a importância da governança corporativa em tempos de colapso. Por sua vez, o dia 20 de Abril contou com a presença de um psicólogo para explicar as estratégias para lidar com o confinamento durante a pandemia Covid-19. O seu programa detalhado abordou os tópicos que passo a citar: lidar com o medo e ansiedade devido ao COVID-19, ferramentas de ocupação de tempo de desenvolvimento pessoal, actividades de tempos livres produtivas e por último, a sessão de perguntas e respostas. O Webinar do dia 23 de Abril, foi liderado pelo empresário Tim Vieira, que compartilhou as suas “Cinco lições que aprendi durante a quarentena que me tornaram-se mais forte para lidar com a depressão económica”.(CCLB, 2020-i).

O Webinar “*Are you suited to be a Remote Worker?*” do dia 24 de Abril contou com a presença de Rolando Oliveira, CEO e consultor empresarial da Redux Consulting, que abordou a temática do trabalho remoto face à crise epidémica.

No planeamento de eventos de Abril, existiu no dia 28 a Mesa Redonda Digital Inovação no Centro da Estratégia de Recuperação – a Nova Agenda de Investimento das Empresas moderado por Tiago Freire, Director da Revista Exame e por Jorge Portugal, Director-Geral da COTEC Portugal. A Mesa Redonda dirigida a decisores empresariais, teve como propósito identificar as principais forças de mudança induzidas pela presente crise e o papel da inovação para impulsionar a adaptação das empresas às novas condições da envolvente de mercado. (CCLB,2020-k)

Por fim, o mês de Abril terminou com o Webinar de dia 30 acerca da volatilidade do preço do petróleo no mercado energético no período Covid-19, contando com a presença do CEO da BP, Pedro Oliveira.

Planeamento de eventos Maio 2020	
Data	Tema
11 de Maio	Webinar the Algarve Property Market
12 de Maio	Webinar – “Going Digital”

14 de Maio	Webinar – “Present like a Rock Star”
19 de Maio	Webinar – “New normal in B2B SALES”
20 de Maio	Webinar – Office FIT – “Retorno em Segurança”
21 de Maio	Webinar – REHAB: “Repensar negócios e comunicação no Pós-Covid”
25-28 de Maio	Curso online: “O Fundamental da Contabilidade”
26 de Maio	Webinar – “O futuro da liderança ou liderar o futuro?”
28 de Maio	Webinar – “What are your kids learning, right now?” with Matthew Shribman

Os Webinars do mês de Maio iniciaram-se no dia 11 sobre o mercado imobiliário do Algarve, o qual tive a oportunidade de assistir. Os oradores, Gavin Scott, sócio principal da Blevins Franks Portugal, Miguel Palmeiro, Director Comercial Vilamoura World, Jorge Pereira, Director-Geral da Almancil Fine & Country Algarve e o moderador Andrew Coutts, CEO do grupo ILM exploram como o mercado imobiliário do Algarve foi afectado pela pandemia e o que motivará os compradores no período pós-Covid-19. As conclusões que retirei são as seguintes:

- O que diferencia o Algarve das outras regiões é o clima, as infraestruturas, os serviços de saúde e o aeroporto. O Algarve enquanto região apresenta o segundo lugar do PIB em Portugal e é um lugar consolidado em termos de mercado imobiliário. É um território onde se pode encontrar grandes oportunidades de investimento (por exemplo, apartamentos, resorts) e é favorável ao empreendedorismo. Exibe uma das mais baixas densidades populacionais do país o que se traduz na oportunidade de vivenciar os espaços livres e aproveitar a baixa poluição.
- O Algarve atrai principalmente os pré-reformados e reformados do Reino Unido pelo seu sistema fiscal. Um dos principais riscos, no momento actual em que vivemos, é o facto da maioria dos ingleses receber as suas pensões na forma de libra esterlina (£) mas se estão em processo de mudança ou

aquisição de propriedade em Portugal terão de se deparar com o Euro. Nesta medida, com o Brexit e o fim do período de transição a aproximar-se é preciso reflectir no impacto que este terá nas pensões e na possibilidade de uma taxa internacional para que se saírem do RU possam levar a sua pensão na modalidade de pagamento único.

- O período de confinamento e o aumento do volume de trabalho em casa teve impacto no mercado residencial e na mudança de prioridades, por exemplo, na procura por um escritório em casa e garantia de um bom Wi-Fi. Deu-se a aceleração do uso da tecnologia e as empresas viram-se forçadas a adaptar.
- As perspectivas do mercado imobiliário após o desconfinamento são imprevisíveis, contudo aposta-se no crescimento gradual dado os prémios que o Algarve tem ganho como o melhor destino turístico, melhor destino de mergulho e melhor sítio para se viver e reformar pós-Covid-19.
- O desenvolvimento do mercado imobiliário do Algarve passa por se centrar no ser humano visto que o trabalho remoto traz consigo uma hibridação do espaço – para residir, para lazer e agora para trabalho – o que tem como consequência o aumento do preço do metro quadrado.

O dia 12 de Maio foi reservado ao Webinar – “*Going Digital*” onde foi discutido a transição rápida e descontrolada para uma nova realidade (pandemia Covid-19) onde a desmaterialização de processos, exploração de canais de vendas digitais e teletrabalho passaram a ser não só uma rotina, mas a única forma de suportar a operação diária de uma empresa. Nesta sessão João Fernandes (CEO e Fundador da DocDigitizer) partilhou a sua experiência de transformação digital profunda iniciada há mais de 2 anos no Grupo JOYN, abordando os principais desafios, falhas e sucessos da mesma e como a mesma dotou o Grupo JOYN de ferramentas efectivas para lidar com este novo contexto de pandemia de forma efectiva. (CCLB, 2020-n)

No dia 14 de Maio decorreu o Webinar interactivo – “*Present like a Rock Star*” contando com a presença do orador Terry Hamill, um empreendedor escocês que ensinou a sua forma de ganhar público e conquistar os espectadores numa apresentação.

O Webinar “*New normal in B2B SALES*” do dia 19 de Maio foi apresentado pela especialista em B2B¹¹ Helga Saraiva Stewart que abordou o impacto da crise epidémica nas vendas. Foram transmitidas várias dicas e ideias relativamente a como se manter junto dos clientes e proteger as receitas existentes, assegurar um canal de vendas, ajustar o modelo de vendas, defender e proteger o preço e as suas margens e por último, antecipar o cenário pós-crise e preparar para a recuperação. (CCLB, 2020-p)

Perspectivando a saída do confinamento, foi realizado dia 20 de Maio pela Consultora Imobiliária Global – Savilis - o Webinar “*Office Fit*”. Esta partilhou um guia de melhores práticas sobre o regresso ao escritório.

No dia 21 de Maio, decorreu o Webinar – *REHAB*: “Repensar negócios e comunicação no Pós-Covid” liderado por Duarte Roquette, Director de Estratégia da Bar Ogilvy (agência de Marketing e Publicidade). Como o nome indica, este Webinar consistiu numa reflexão do “novo normal” para as marcas e empresas.

O curso online: “O Fundamental da Contabilidade” ocorreu do dia 25 a 28 de Maio, com o objectivo de entender a lógica da contabilidade de uma forma rápida, descomplicada e eficaz. Os seus destinatários foram: Quadros Diretivos; Pequenos e Médios Empresários; Advogados e Engenheiros e profissionais que pretendam obter um primeiro contacto com a contabilidade e interpretar os seus dados.

Saliento a importância do 18º Webinar “O Futuro da liderança ou liderar o futuro?” realizado em 26 de Maio conforme mapa acima indicado, liderado pelo coach João Laborinho Lúcio, o qual introduziu conceitos como *multitasking* e o poder da intenção. Apresentou os seus projectos de *coaching* e *networking* como o *nowuknow – Coaching & Training*. Salientou que o benefício no talento das equipas reside no investimento do desenvolvimento dos colaboradores, no seu envolvimento/compromisso e na retenção de colaboradores de alto rendimento. Todos estes factores promovem benefícios como a satisfação dos clientes, a escolha dos candidatos/talento e uma maior produtividade. Exibiu o conceito VUCA (volatilidade, incerteza, complexidade, ambiguidade) que foi despertado agora na época do Covid-19, e referiu que a razão pelas quais as empresas mais bem-sucedidas falharam tem como

¹¹ Modelo de negócio empresa para empresa

causa direta a sua falta de adaptação à mudança. Não são os líderes os responsáveis por tudo mas devemos invocar a inteligência coletiva.

Um dos modelos de liderança propostos pelo *coach* envolve a motivação, a curiosidade, a confiança, os acordos e o potencial. O ideal de cada empresa é dispor de equipas motivadas e estar em relação de parceria com os outros. Recorreu a várias perguntas de autoquestionamento como: Quanto do vosso potencial levam para o vosso trabalho? Saliou a importância da confiança em nós próprios, permitir e aceitar a tomada de decisão independentemente da hierarquia empresarial. Sublinhou os valores, missão e a visão como uma âncora empresarial. Em relação aos acordos, é aceitar que há vontades diversas e juntá-las num objetivo comum. Os acordos devem clarificar as responsabilidades que cada um tem e os papéis que cada um desempenha. Por outro lado, a curiosidade estimula o crescimento constante e evita a crítica e o julgamento.

Para terminar o mês, organizou-se no dia 28 de Maio um Webinar focado nos mais novos denominado – “*What are your kids learning, right now?*”. Este contou com a presença de Matthew Shribman, um apresentador de ciências, músico e ambientalista que ajudou a fundar a primeira escola online do mundo: a AimHi.¹² Este Webinar advertiu alguns problemas do século XXI: o desinteresse das crianças em aprender, a distração das redes sociais e o sistema de educação desactualizado.

Planeamento de eventos Junho 2020	
Data	Tema
18 de Junho	Webinar com Mr.Chris Sainty, Embaixador Britanico em Portugal
22 de Junho	Webinar - “Innovation in Portuguese Tourism”
29 de Junho	Webinar - “The transition from #CantSkipHope to #CantSkipPortugal – when and how?”

¹² Ver mais em: <https://www.aimhi.co>

Um dos Webinars mais importantes ocorreu no dia 18 de Junho com o Embaixador Britânico em Portugal, Sr. Chris Sainty. Foi abordado uma série de questões relacionadas com o Brexit, com o COVID-19 e sobre o impacto deste na relação bilateral entre os dois países.

Chris Sainty referiu que há uma série de afinidades e hábitos que se construíram ao longo de séculos no comércio bilateral Reino Unido-Portugal sendo a indústria vinícola uma das mais óbvias. O valor total para o comércio entre o Reino Unido e Portugal em 2018 foi 12.3 biliões (aumento de 40% em 10 anos). Todas as evidências para 2019 e para os dois primeiros meses de 2020 apontaram para que o comércio continue a aumentar.

A balança comercial entre os dois países foi muito favorável a Portugal. Em 2018, dos 12.3 biliões, 8.6 biliões referem-se às exportações para o Reino Unido e o Reino Unido em troca exportou 3.4 biliões para Portugal. A componente dos serviços tornou-se a componente mais importante em termos de exportações de Portugal do Reino Unido. Portugal tem um excelente excedente comercial com o Reino Unido. As exportações do Reino Unido aumentaram 2.8% em 2017 e 2018. Nos 12 anos anteriores, a taxa de crescimento anual de exportações do Reino Unido foi em média 0.9%. Logo, o comércio não só tem aumentado a bom ritmo de crescimento, como esse ritmo tem aumentado em anos recentes.

Chris Sainty salientou que o turismo representa quase 15% do PIB de Portugal tendo sido um forte factor para a recuperação da crise económica 2011-2014. Em 2019, Portugal foi visitado por 16.9 milhões de turistas dos quais 15% (3 milhões) provêm do Reino Unido. Isso significa que em média, 3% do PIB de Portugal advém do mercado turístico britânico.

No final, o Embaixador Britânico distinguiu a forte ligação que Portugal tem enquanto comunidade no Reino Unido (400.000 pessoas) que prestam a sua contribuição para a economia, serviços, educação e sociedade em termos gerais.

Por outro lado, o Embaixador não deixou de referir que há também uma comunidade significativa de ingleses a viver em Portugal (30.000-50.000) que também contribuem economicamente e socialmente para Portugal.

Este diplomata optou por deixar uma nota otimista sobre o futuro alegando as futuras oportunidades comerciais entre os dois países no sector tecnológico, crescimento sustentável, alterações climáticas e inteligência artificial. Acrescentou também a forte complementaridade entre os dois países, que partilham visões estratégicas semelhantes.

Não deixou de destacar contudo, que um dos factores que está a ser afectado pela epidemia actual é o sector do turismo.

Outro dos Webinars que tive a oportunidade de participar, realizado a 22 de Junho, esteve relacionado com a Inovação do Turismo em Portugal, onde intervieram três personalidades importantes do ramo: Sheree M. Mitchell (Presidente e fundadora da Immersa Global), Prof. Dr. Carlos Brito (Presidente do Observatório de Vinho do Porto) e António Paraíso (Orador e Consultor – Marketing, Luxo e Inovação).

Aprofundou-se os temas relativamente à evolução do mercado turístico em Portugal no ano 2020-2021 constatando que é difícil de prever a sua evolução causada pela pandemia global e a inexistência de vacina. Neste quadro, afirmou-se que o problema não é a rentabilidade do negócio mas sim a angariação de clientes. A curto prazo as estratégias de descontos podem funcionar (p.e. na compra de 2 noites oferta de 3) mas a médio-longo prazo não é sustentável. Muitas das estratégias que o mercado hoteleiro está a desenvolver passa por surpreender os clientes com novos serviços, em vez de oferecer descontos.

Sheree Mitchell elogiou bastante o nosso país, dado ser um território seguro, com uma gastronomia rica e o sector vinícola de excelência. Acrescentou também que é um dos países cujo governo tem administrado melhor a epidemia do COVID-19 o que faz dele um dos principais destinos turísticos. Acabou por finalizar, referindo que os portugueses apresentam uma grande tolerância a outras culturas e religiões o que valoriza mais o nosso território.

António Paraíso destacou que algumas das estratégias que os *resorts* estão a realizar são as limpezas visíveis, e não como uma actividade isolada, para assim demonstrarem a sua qualidade de higienização.

Outras das medidas é a acessibilidade de menus ou reservas de mesa através do QR Code. Destacou que estes tempos de incerteza exigem criatividade e saber: O quê? Para quem? Como?

Há vários segmentos da sociedade que estão na frente da era digital: *Millennials*, as pessoas que estão à distância de uma chamada de Uber.

Podemos distinguir também os turistas por segmentos como os clientes cosmopolitas (que trabalham num país e vivem noutra) dos directores executivos (que viajam muito por questões de negócios).

Sheree Mitchell afirma ainda que embora tenha existido um foco no aumento dos *resorts* de luxo há também fornecedores para outros segmentos.

Concluiu-se a sessão refletindo na hipótese de aumentar o turismo religioso tendo como exemplo a cidade de Fátima no nosso país e que Portugal “não é só praia e sol e tem uma ampla capacidade de atrair turistas nómadas”.

O último Webinar que houve durante o meu estágio foi o: “*The transition from #CantSkipHope to #CantSkipPortugal – when and how?*” no dia 29 de Junho.

Este Webinar contou com a presença da Secretária de Estado para o Turismo, Dr.^a Rita Marques, Miguel Barbosa, Diretor de Investimento da Unidade de Turismo Portugal Ventures e Raul Martins, Presidente da AHP – Associação da Hotelaria de Portugal.

A Dr.^a Rita Marques iniciou o debate aludindo ao período difícil que o mundo atravessa por causa da epidemia do COVID-19. Neste âmbito, visando proteger a saúde salientou que mais de 20 000 profissionais ligados ao turismo obtiveram formação pelo Turismo de Portugal e lançaram uma nova iniciativa chamada: “*Clean and Safe*” um selo que já foi reconhecido por mais de 17 000 estabelecimentos.

Este selo tem três características: é virtual, gratuito e voluntário. Os estabelecimentos são avaliados por dois tipos de inspeções: as inspeções aleatórias realizadas pelo Turismo de Portugal e as desencadeadas pelas avaliações negativas dos turistas.

Acrescentou que a campanha “*Visit Portugal - Can't skip hope*” implementada pelo Turismo de Portugal foi um sucesso, transmitindo assim uma mensagem de esperança e solidariedade em plena fase de confinamento.

Destacou também a campanha “*Reading Portugal*” que visava promover os autores de Portugal.

Em relação ao Reino Unido, evidenciou que permanece em diálogo aberto com o país e que tem sido divulgado uma série de parâmetros a demonstrar que Portugal é um destino seguro para se viajar. Destacou o impacto negativo que as notícias internacionais, mais propriamente as *fake news*, têm tido no mercado turístico português, assumindo como principal uma estratégia de comunicação assertiva, positiva e continua.

O Presidente da AHP Raul Martins sublinhou que a rede hoteleira em Portugal tem vindo a ser preparada com os selos “*Clean and Safe*” e o feedback foi positivo.

No que toca ao Investimento, o Director Miguel Barbosa destacou que Portugal apresenta um ambiente vibrante de *start-ups* composto por mais de 3 000 *start ups* que se podem adaptar rapidamente ao modelo de negócio.

Planeamento de eventos Julho 2020	
Data	Tema
7 de Julho	Assembleia Geral Ordinária/Annual General Meeting
13 – 16 de Julho	Curso de Formação: A Vida é um Jogo
27-29 de Julho	Curso de Gestão de Tesouraria online

Durante o mês de Julho não houve Webinars mas a CCLB ainda organizou três eventos. No dia 7 de Julho, realizou-se a Assembleia Geral Ordinária da Câmara de Comércio Luso-Britânica, cuja ordem de trabalhos citada no website (CCLB, 2020-u) planeia:

- Discutir, alterar e votar o Relatório e Contas da Direcção e o Parecer do Conselho Fiscal, referentes ao exercício de 2019.
- Proceder à apreciação geral da administração e fiscalização da sociedade.
- Eleger, em conformidade com os artigos 10º e 14º dos Estatutos, os titulares dos órgãos sociais da Câmara para o próximo mandato. Para o efeito foi apresentada uma única lista candidata, de que se junta cópia à presente convocatória.
- Deliberar sobre qualquer outro assunto, que tenha sido apresentado por email ou por escrito na sede social da Câmara, até ao dia 30 de Junho de 2020.

O Curso de Formação: A Vida é um Jogo decorreu de 13 a 16 de Julho em formato online gamificado. O objectivo deste *workshop* consistiu em explorar a criatividade de cada um de nós através de jogos e exercícios e reconhecer a criatividade como uma das competências mais importantes do mundo do trabalho.

Por fim, realizou-se dias 27,28 e 29 o Curso de Gestão de Tesouraria online destinado a profissionais da área financeira, contabilistas, consultores, e pequenos empresários, cujo objectivo resume-se a saber gerir a tesouraria de uma empresa ou organização de forma simples e eficaz, e saber interpretar corretamente os dados fornecidos pelos instrumentos de controlo. (CCLB, 2020-x)

SECÇÃO IV

A. O PAPEL DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO PARA AS RELAÇÕES INTERNACIONAIS E DA CÂMARA DE COMÉRCIO LUSO-BRITÂNICA PARA AS RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE PORTUGAL E O REINO UNIDO – ANÁLISE CRÍTICA

O meu estágio na CCLB aliado à componente teórica das relações económicas internacionais e da história das Câmaras de Comércio é o meu material para poder analisar criticamente o papel das Câmaras de Comércio nas Relações Internacionais e o papel da CCLB no desenvolvimento de relações comerciais entre Portugal e Reino Unido, sendo ambas as minhas perguntas de partida.

O período em que estagiei (Março-Julho 2020) foi uma época difícil, pois o país atravessava o início da pandemia internacional Covid-19, contribuindo inesperadamente para o confinamento social e para impactos não previsíveis na economia de todos os países, nomeadamente os dois em estudo.

Como tal, a minha análise crítica da instituição sofreu contrariedades dada a escassez de actividades propostas e realizadas. Contudo posso afirmar que consegui responder às questões de partida mesmo face às dificuldades.

Iniciando pela primeira pergunta, relativamente ao seu papel para as Relações Internacionais, podemos deduzir que as Câmaras de Comércio são um veículo de internacionalização de cada país, exercendo um papel determinante na entrada das empresas no mercado internacional e proporcionando a ajuda necessária na integração destas na economia global. Nesta medida, as Câmaras de Comércio requerem não só uma visão a longo prazo que sustente a prosperidade económica como um crescimento inclusivo. As suas panólias de funções variadas estão adaptadas para lidar com um mundo em crescente movimento e expansão e na promoção de um crescimento sustentável para todos. Seja através da importação ou exportação de produtos, ou através do contacto com parceiros internacionais a importância das empresas competirem no mercado internacional garante a sua actividade e crescimento.

É no processo de integração e internacionalização de empresas que as Câmaras de Comércio desempenham um papel relevante. Sendo organizações sem fundos lucrativos, maioritariamente de utilidade pública e independentes de entidades

governamentais são boas intermediárias e facilitadoras das relações comerciais internacionais.

Notamos também a importância do papel da sociedade civil participativa e das empresas como motor da economia e da criação de emprego que dignifique as pessoas. (Câmara do Comércio e Indústria Portuguesa, n.d.)

Ser membro integrante de uma Câmara de Comércio traz então muitas vantagens não só do ponto de vista económico, mas também do social. Muitas oferecem programas de assistência empresarial individualizada contendo informação sobre como cortar custos, acesso ao marketing local e lista de empresas, diretórios de empresas, referências aos websites, workshops de sucesso empresarial, promoções exibidas nos eventos e patrocínios. Outros membros podem aderir pelo baixo custo de publicidade, contactos de marketing, rede forte de network, prémios de reconhecimento, lista especial de indústrias e referências. (Noel & Lockett, 2014:31)

Para além da adesão às Câmaras proporcionar mais credibilidade e confiança e o selo de uma Câmara funciona não só como uma ferramenta promocional, mas também oferece um senso de garantia de uma agência qualificada caso alguma coisa corra mal. (Noel & Lockett: 2014:36)

Mas mais importante que isso presenteia uma plataforma democrática para representar os interesses económicos de cada região, em contrapartida de fomentar populismos e grupos de pressão. (Bennett, 2012:808)

Quanto ao papel específico da Câmara de Comércio Luso-Britânica para as relações comerciais podemos extrapolar as seguintes conclusões:

- As principais potencialidades da CCLB consistem na sua liberdade de actuação dado ser independente das autoridades governamentais tanto de Portugal como do Reino Unido o que oferece uma grande flexibilidade e espaço de actuação;
- É também relevante elogiar a sua ligação institucional à Embaixada Britânica em Portugal como membro da Assembleia Geral da CCLB o que lhe permite ter uma relação privilegiada com as missões diplomáticas do Reino Unido;

- Outro dos pontos fortes da CCLB é a promoção de eventos de *networking* e presença nas feiras comerciais o que proporciona uma rede estável de contactos com os mais variados actores não-governamentais e uma boa comunicação com os seus membros;
- Não posso deixar de salientar a sua incessante actividade no que toca à publicidade e marketing mesmo na fase da epidemia Covid-19. Esta epidemia veio realçar a imagem online da CCLB e a divulgação de eventos e workshops online permitiu a divulgação positiva da imagem de Portugal;
- Por último, a CCLB faz um trabalho esplêndido no que se refere às pesquisas de mercado contribuindo para a dinamização e sensibilização de negócios entre os dois países.

Apesar do seu grande potencial, a Câmara de Comércio Luso-Britânica apresenta algumas dificuldades e limitações que passo a dissecar:

- Portugal não é um mercado principal (*key market*) do ponto de vista do Reino Unido, como é evidenciado na Secção I – ponto 2¹³;
- Por outro lado, muitas empresas portuguesas acham que o mercado do RU é fácil e desvalorizam o tipo de investimento e a persistência necessária para lidar com um dos mercados mais competitivos do mundo, além de que pecam por não apresentar uma estratégia bem definida;
- A CCLB não tem apoio governamental e subsiste unicamente e exclusivamente das quotizações e dos serviços prestados aos sócios e empresas. Este aspecto revela-se limitativo pois ao estar dependente do financiamento atribuído, o seu espaço de actuação diminui. Acrescentando que em momentos de retracção económica como é exemplo o atual surto epidémico Covid-19 a CCLB está condicionada, podendo sofrer o constrangimento dos escassos recursos financeiros e restringir os seus eventos e participações.

¹³ Ver página 24

- Por fim, importa referir que a CCLB ainda é desconhecida do grande público mesmo face às suas estratégias de divulgação online e presenciais. Este factor é uma condicionante à missão da CCLB pois acaba por criar uma rede constante e diminuta de contactos.

CONCLUSÃO

A partir da minha experiência na Câmara de Comércio Luso-Britânica pude compreender a falta de visibilidade que estas organizações não-governamentais apresentam. Ainda assim, verifico que com a globalização acresce a importância destas instituições na expansão económica do sector empresarial.

Este estágio também foi muito enriquecedor na perspectiva das Relações Internacionais pois consegui analisar o peso que um actor não-estatal exibe no sistema internacional e constatar na prática as teorias do comércio internacional, nomeadamente o Liberalismo e o Protecționismo.

Neste contexto, pude-me confrontar directamente com os efeitos da globalização e sua influência na desregulamentação e privatização da economia.

Não posso deixar de mencionar o facto do meu estágio ter decorrido durante a 1ª fase da pandemia Covid-19, o que permitiu que tivesse a oportunidade ao longo destes cinco meses, de assistir em tempo real às medidas económicas propostas pelos dois países em estudo e comparar o desenvolvimento da política doméstica de cada um.

Embora tenha sentido dificuldades face à paralisação de eventos organizados pela CCLB e à falta de literatura existente, consegui responder às questões-chave a que me propus.

Com base no que foi apresentado, posso concluir que colmatei a minha ignorância face ao papel das Câmaras de Comércio na atualidade e adquiri conhecimento sobre inúmeras componentes do comércio internacional e a posição económica de cada um dos países em estudo.

Fazendo um balanço final, o que decorreu melhor durante o meu estágio foi a aprendizagem dos vários sectores de actividade do Reino Unido e como este se posiciona no panorama internacional. De igual modo, faço referência ao aprofundamento dos estudos sobre a história e evolução das relações económicas internacionais e à minha inserção num ambiente internacional, o que me levou ao desenvolvimento de competências transversais como o domínio da língua inglesa.

O que decorreu menos bem foi a limitação dos eventos perante o tema da actualidade: a pandemia Covid-19, o que restringiu a minha aprendizagem sobre os

processos de internacionalização das empresas. Outro dos factores que condicionou o meu estágio, foi o facto de não poder participar em todos os eventos, principalmente os cursos e workshops, devido a estes não terem sido objecto de divulgação para além de implicar custos acrescidos. Por último, ressalto a falta de dados estatísticos e publicações disponibilizadas ao público sobre o comércio internacional entre o Reino Unido e Portugal.

Para além do citado, pude também adquirir capacidades de versatilidade e flexibilidade dado o ambiente internacional circunscrito e a diversidade de actividades que me foram propostas.

Não posso deixar de aludir que seria interessante um estudo quantitativo realizado através de inquérito às Câmaras de Comércio com representantes em Portugal sobre o impacto da pandemia Covid-19 nos seus serviços. Outra das recomendações seria incluir eventos de *networking* e acções de formação focados na internacionalização de negócios e *know-how* das etapas de expansão económica das empresas.

Também coloco como sugestão a divulgação destes eventos e cursos nas redes sociais da Embaixada Britânica em Portugal e da Câmara de Comércio de Portugal no Reino Unido, de forma a promover a sua visibilidade e posterior adesão.

Em suma, o estágio que realizei na Câmara de Comércio Luso-Britânica foi uma experiência profissional muito rica, que me possibilitou aprender o funcionamento de uma Câmara de Comércio, descobrir um pouco mais de Portugal e do Reino Unido e aplicar o conhecimento teórico do Mestrado em Ciência Política e Relações Internacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bennett, Robert J. (2012) *Local Business Voice: The History of Chambers of Commerce in Britain, Ireland, and Revolutionary America, 1760-2011*, Oxford University Press, USA

Breuning, Marijke (2007) *Foreign policy analysis: a comparative introduction*, Palgrave Macmillian

Bispo, António de Jesus (2017) *Globalização e globalismo*, Revista Militar nº2581/2582 - Fevereiro/Março 2017, pp-163-188

Cohn, Theodore H. (2008) *Global Political Economy, Theory and Practice*, Ed. Pearson International Edition

Costa, Carla Guapo (2010) *Temas de Relações Económicas Internacionais*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas

Costa, Carla (2009), “As Relações Externas da EU: a dimensão comercial e de cooperação para o desenvolvimento”; in Carla Costa et al, *A União Europeia como Actor Global – Dimensões Económicas e Normativas da Política Externa Europeia*; Ed. ISCSP

Maltez, José Adelino Maltez (2002) *Curso de Relações Internacionais*, Principia Editora

Mauro, Filippo di, Dees Stéphane e McKibbin, Warkick J. (2008) *Globalisation, Regionalism and Economic Interdependence*, Cambridge University Press

Noel, Noel & Michael Lockett (2014). *The benefits, Satisfaction, and Perceived Value of Small Business Membership in a Chamber of Commerce*. *International Journal of Nonprofit*, pp. 27-39.

Nye, J. S., & Keohane, R. O. (1977). *Power and Interdependence - World Politics in Transition*. Boston and Toronto: Little, Brown and Company

OECD (2009). "OECD insights – international trade: free, fair and open?". (O. Publishing, Ed.) OECD

OCDE (2019) Estudos Económicos da OCDE: Portugal, Sumário Executivo, Fevereiro 2019

Pilgrim, Markus e Meier, Ralf (1995) National Chambers of Commerce: A Primer on the Organization and Role of Chamber Systems, Center for International Private Enterprise (CIPE) Washington, D.C

Saner, R., & Yiu, L. (2003). International Economic Diplomacy: mutations in post-modern times. Discussions Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International

Spero, Joan Edelman e Hart, A. Jeffrey (2010) The Politics of International Economic Relations, Seventh Edition, Wadsworth Cengage Learning

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ONLINE

AICEP (2020) People are the most important element in the UK-Portugal relationship [online] Disponível em:
http://www.portugalglobal.pt/PT/PortugalNews/Paginas/NewDetail.aspx?newId=%7B9183B389-1195-4D45-BCD3-ACF7828BE083%7D&utm_source=pt-news&utm_medium=newsletter [Consultado a 25 de Junho de 2020]

Caetano, Maria (2020) Sem acordo pós-brexit, Portugal pode exportar menos cerca de 300 milhões, [online] Disponível em:
<https://www.dinheirovivo.pt/economia/sem-acordo-pos-brexit-portugal-pode-exportar-menos-cerca-de-300-milhoes/> [Consultado a 1 de Abril de 2020]

Câmara do Comércio e Indústria Portuguesa (n.d.) Mensagem do Presidente [Online] Disponível em: **<https://www.ccip.pt/pt/quem-somos/mensagem-do-presidente>** [Consultado em 25 de Março de 2020]

Câmara de Comércio Luso-Britânica (n.d.-a) Missão e Objetivos [online] Disponível em: **<https://bpcc.pt/pt-pt/missao-e-objetivos/>** [Consultada a 6 de Março de 2020]

Câmara de Comércio Luso-Britânica (n.d-b) Fiéis membros [online] Disponível em <https://bpcc.pt/pt-pt/fieis-membros/> [Consultada a 12 de Março de 2020]

Canadian Center of Science and Education (2012) The Economic Competitiveness of Countries: A Principal Factors Approach, International Journal of Economics and Finance; Vol. 4, N°12; 76-90 [online] Disponível em <http://ccsenet.org/journal/index.php/ijef/article/view/21720> Consultado a 7 de Abril de 2020

CCLB (2020) Futurebuild 2020 [online] Disponível em: bpcc.pt/events/futurebuild-2020/ [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-a) HRC – Hotel, restaurant & catering [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/hrc-hotel-restaurant-catering/> [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-b) Curso de Gestão Laboral, Lisboa e Porto [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/curso-de-gestao-laboral-lisboa-e-porto/> [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-c) “The impact of COVID-19 on contracts: how can I help my business survive?” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/webinar-the-impact-of-covid-19-on-contracts-i-may-survive-the-virus-but-how-can-i-help-my-business-survive-it-too/> [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-d) “Medidas adotadas face ao COVID-19” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/webinar-medidas-adotadas-face-ao-covid-19/> [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-e) "Lay Off e outras Medidas de apoio (aos trabalhadores e às empresas) para proteção dos postos de trabalho” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/webinar-lay-off-e-outras-medidas-de-apoio-aos-trabalhadores-e-as-empresas-para-protecao-dos-postos-de-trabalho/> [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-f) “Os desafios da Cibersegurança em tempos de trabalho remoto” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/webinar-os-desafios-da-ciberseguranca-em-tempo-de-trabalho-remoto/> [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-g) “Coronavirus & Business – measures and instruments to tackle the crisis” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/webinar-coronavirus-business-measures-and-instruments-to-tackle-this-crisis/> [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-h) “Estratégias para lidar com o Confinamento durante a Pandemia COVID-19” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/webinar-estrategias-para-lidar-com-o-confinamento-durante-a-pandemia-covid-19/> [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-i) “Emerging Stronger with Tim Vieira” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/webinar/> [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-j) “Are you suited to be a Remote Worker?” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/webinar-are-you-suited-to-be-a-remote-worker/> [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-k) Mesa Redonda Digital Inovação no Centro da Estratégia de Recuperação – a Nova Agenda de Investimento das Empresas [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/ Mesa-Redonda-Digital-Inovacao-no-Centro-da-Estrategia-de-recuperacao-a-nova-agenda-de-investimento-das-empresas/> [Consultado em 21 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-l) “Oil Price volatility and this unique moment in the Energy Market” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/events/webinar-oil-price-volatility-and-this-unique-moment-in-the-energy-market/> [Consultado em 22 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-m) “The Algarve Property Market” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/pt-pt/events/webinar-the-algarve-property-market/> [Consultado em 22 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-n) “Going Digital” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/pt-pt/events/webinar-going-digital-8-maio/> [Consultado em 22 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-o) “Present like a Rock Star” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/pt-pt/events/webinar-present-like-a-rock-star-14-may/> [Consultado em 22 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-p) “New normal in B2B SALES” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/pt-pt/events/webinar-new-normal-in-b2b-sales/> [Consultado a 22 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-q) Office FIT – “Retorno em Segurança” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/pt-pt/events/webinar-office-fit-regresso-em-seguranca/> [Consultado a 22 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-r) REHAB: “Repensar negócios e comunicação no Pós-Covid” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/pt-pt/events/webinar-rehab-repensar-negocios-e-comunicacao-no-pos-covid/> [Consultado a 22 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-s) Curso online: “O Fundamental da Contabilidade” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/pt-pt/events/curso-online-o-fundamental-da-contabilidade/> [Consultado a 22 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-t) “What are your kids learning right now? With Matthew Shribman” [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/pt-pt/events/webinar-what-are-your-kids-learning-right-now-with-matthew-shribman/> [Consultado a 22 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-u) Assembleia Geral Ordinária / Annual General Meeting [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/pt-pt/events/assembleia-geral-ordinaria-annual-general-meeting/> [Consultado a 22 de Setembro de 2020]
CCLB (2020-v) Curso de Formação: A Vida é um Jogo [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/pt-pt/events/curso-de-formacao-a-vida-e-um-jogo-14-17-julho/> [Consultado a 22 de Setembro de 2020]

CCLB (2020-x) Curso de Gestão de Tesouraria online [online] Disponível em: <https://bpcc.pt/pt-pt/events/curso-de-gestao-de-tesouraria-online/> [Consultado a 22 de Setembro de 2020]

CIP (2018) The economic consequences of Brexit for the Portuguese Economy and Companies [online] Disponível em: <http://cip.org.pt/wp-content/uploads/2019/03/CIP-Impact-of-Brexit-in-Portugal-Executive-summary-oct-2018.pdf> [Consultado a 1 de Abril de 2020]

Department for International Trade (2020) UK Trade in Numbers, Official Statistics, Government of the UK, February 2020 [online] Disponível em: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/868378/200227_UK_trade_in_Numbers_full_web_version_final.pdf [Consultado a 14 de Julho de 2020]

Erasmus for Young Entrepreneurs (n.d.) O programa de intercâmbio europeu para empreendedores [online] Disponível em: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/index.php?lan=pt> [Consultado a 6 de Março de 2020]

Fernandes, José Pedro Teixeira (2019) EUA vs. China: o comércio internacional como competição pela supremacia mundial, Opinião, Público, 9 de Novembro de 2019, 16:50 [online] Disponível em: <https://www.publico.pt/2019/11/09/mundo/opiniao/eua-ina-comercio-internacional-competicao-supremacia-mundial-1893079> [Consultado a 6 de Abril de 2020]

Forúm Económico Mundial (2017) What exactly is economic competitiveness [online] Disponível em: <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/what-is-economic-competitiveness/> Consultado em 7 de Abril de 2020

Fórum Económico Mundial (2019) The Global Competitiveness Report 2019 [online] Disponível em: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf Consultado em: 7 de Abril de 2020

Insight (2018) Um olhar sobre a internacionalização das PME, 2ª edição, Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa [online] Disponível em <https://www.ccip.pt/images/documentos/InSight2018.pdf> Consultado a 13 de Abril de 2020

International Chamber of Commerce (n.d.) Our mission [online] Disponível em <https://iccwbo.org/about-us/who-we-are/our-mission/> [Consultada a 25 de Março de 2020]

Martell, Luke (2008) Britain and globalization. *Globalizations*, 5 (3). pp. 449-466. ISSN 1474-7731, Disponível em <http://sro.sussex.ac.uk/id/eprint/1206/1/globbritweb.pdf> [Consultado a 20 de Março de 2020]

My AICEP (2019) *My AICEP* – Reino Unido [online] Disponível em: <https://myaicep.portugalexporta.pt/mercados-internacionais/gb/reino-unido>, [Consultado a 31 Março de 2020].

Mohaar, Kashif (2018) Liberalism vs Protectionism, *The Nation*, 19 September 2018 [online] <https://nation.com.pk/19-Sep-2018/liberalism-vs-protectionism> Consultado em 19 de Março de 2020

Oliveira, Amâncio Jorge de e Galdino, Manoel (2010) Um ano após a crise: os impactos nas negociações internacionais, USP [online] Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i85p16-29> [Consultado em 7 de Abril de 2020]

Portugal Global (2020) COVID-19, O impacto na economia e nas empresas, a AICEP no apoio às empresas, AICEP, nº130, Maio 2020 [online] Disponível em <http://www.portugalglobal.pt/PT/RevistaPortugalglobal/2020/Documents/revista-130-maio.pdf> [Consultado a 18 de Maio de 2020]

RFI (2012) A crise financeira em Portugal [online] Disponível em: www.rfi.fr/pt/geral/20120918-crise-financeira-portugal Consultado em: 7 de Abril de 2020

Tan, Khee Giap (2004). The IPS-NTU ASEAN 9 +1 Economic Competitiveness Ranking Indices. *ASEAN Economic Bulletin*, 21(2), 234-238, Disponível em <http://dx.doi.org/10.1355/AE21-2F> Consultado em 7 de Abril de 2020

The Portugal News (2018) Brexit an opportunity for Portugal [online] Disponível em <https://www.theportugalnews.com/news/brexit-an-opportunity-for-portugal/45285> Consultado em 1 de Abril de 2020

UNCTAD (2020) *Brexit Beyond Tariffs: The role of non-tariff measures and the impact on developing countries*, UNCTAD Research Paper No.42, February 2020 [online] Disponível em https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ser-rp-2020d1_en.pdf?user=4979 [Consultado a 1 de Abril de 2020]

Worldometers (2020) *U.K. Population (2020)* - *Worldometer*. [online] Disponível em: <https://www.worldometers.info/world-population/uk-population/> , [Consultado a 31 de Março de 2020].

ANEXOS I

Erasmus for Young Entrepreneurs Programme Welcome Pack Portugal

Portuguese-based IO

British Portuguese Chamber of Commerce

Câmara de Comércio Luso-Britânica



WELCOME!



The British-Portuguese Chamber of Commerce (BPCC) would like to introduce you to Portugal.

This Welcome Pack includes some useful information for your stay here in Portugal.

If you have any further questions or doubts related to your stay, do not hesitate to contact us.

British Portuguese Chamber of Commerce
Câmara de Comércio Luso-Britânica

Mr. Chris Barton

Rua Sacadura Cabral nº 65, Bloco B, Piso 0, Loja 6,

1495-703 Cruz Quebrada-Dafundo

Portugal

Tel: (+351) 213 942 020

E-mail: info@bpcc.pt



How to get there:

CP Comboio –
Estação Cruz-
Quebrada
Carris – 776

TABLE OF CONTENTS

1. Introduction	67
2. Information on Erasmus for Young Entrepreneurs.....	69
3. Information about your Relationship	71
3.1 Extension, fragmented stay or early termination	71
3.2 Responsibilities of the NE during stay	73
3.3 Responsibilities of the HE during stay	73
3.4 Insurances	74
4. Support during your stay	78
4.1 Your HIO	78
4.2 Solving issues.....	78
4.3 SOLVIT – EU online problem-solving network	79
5. Practical information in Portugal.....	81
5.1 Country, Climate, Food and Language.....	81
5.2 Cost of Living.....	86
5.3 Accommodation.....	87
5.4 Airports, Public Transport.....	88
5.5 Entry Formalities, Insurance, Services, Emergency Numbers.....	95
5.6 Portuguese Business Practices, Portugal’s Entrepreneurial Climate.....	98
5.7 Enterprise (Networking) Events, Online Communities.....	99
5.8 Language Schools.....	101
5.9 Things to do/Sightseeing.....	101
6. Share your experience.....	103
7. Checklist New Entrepreneur.....	105

1. INTRODUCTION

Dear Entrepreneur,

Madan Parque is a Science and Technology Park whose mission is to foster innovation and to support the creation of technology-based companies. We take then this opportunity to welcome you in our country, wishing you all the best whenever fulfilling this Erasmus for Young Entrepreneurs exchange.

During your time at Madan Parque we will be in permanent contact with you and are happy to receive feedback from you during your stay. Should you have any questions or face any kind of problem, please do not hesitate to contact us in the meantime.

You'll find all necessary information about your relationship as well as the agreed conditions of the exchange along the following pages.

PLEASE FILL IN THE “DECLARATION OF CONSENT” AND SEND IT BACK TO US VIA EMAIL TO THE EMAIL ADDRESS BELOW.

We hope you'll enjoy your stay and make the most of your time at Madan Parque!

Best regards,

ALCINO PASCOAL

Advisor to the Board | MADAN
International

Rua dos Inventores

2825-182 Caparica – PORTUGAL

Tel. +351-210 438 600

erasmus.entrepreneurs@madanparque.pt



ABOUT US

Madan Parque is a science and technology park established in 1995 and active since early 2000. Its mission is to play an interface role between academia and businesses. The core activities consist of the promotion of NTBFs and its acceleration, as well as the development of knowledge intensive projects within the region.

Madan Parque runs a technology-based incubator whose role is of an accelerator to the tenant companies, namely in what concerns the internationalisation of the later. The main goal is thus to stimulate the creation of NTBFs affiliated to various scientific areas. These NTBFs benefit from the physical proximity to FCT NOVA (Faculty of Sciences and Technology | NOVA University of Lisbon), which is Madan Parque's most important shareholder.

Madan Parque is quite active in terms of the implementation of business development activities targeted to its tenant companies, by means of: A) privileged access to network of partners (national and international); B) identification of potential customers, namely national; C) identification of potential funding opportunities at national level (P2020 mainly) and international level (mostly EU-funded projects, such as H2020, SME Instrument and Erasmus+, etc.).

As one of the most promising start-up centres embedded within Lisbon Metropolitan Area (Lisbon is for a few years by now one of the hottest startup ecosystems worldwide), Madan Parque contributes actively to tackle social challenges, thereby reinforcing Portugal's future sustainability whenever it concerned innovation as well as qualified entrepreneurship.

2. INFORMATION ON ERASMUS FOR YOUNG ENTREPRENEURS

BACKGROUND

The Erasmus for Young Entrepreneurs programme was initiated by the European Union in 2009 and is managed by the Directorate-General (DG) for Enterprise and Industry of the European Commission. The programme was recently made part of the Competitiveness and Innovation Programme of the EU and has therefore opened up to entrepreneurs from EEA countries¹, Candidate countries² and to entrepreneurs from Albania, Israel and Serbia.

The general objective of the Erasmus for Young Entrepreneurs programme is to help entrepreneurs enrich their experiences, through learning and networking, and by spending periods of time in enterprises run by experienced entrepreneurs in other Participating Countries. It furthermore aims to enhance entrepreneurship, internationalization and competitiveness of new and established micro and small enterprises within the Participating Countries.

WHAT DOES THE PROGRAMME OFFER?

By means of learning with an experienced entrepreneur in another Participating Country, startup entrepreneurs and would-be entrepreneurs will gain competences and perspectives that will be invaluable during their business start-up phase. The new entrepreneurs, in turn, will use their fresh entrepreneurial spirit, their individual perspective, and the knowledge of their home market and culture as a source of new ideas and a sounding board for the host entrepreneur.

Whether they are new or highly experienced entrepreneurs, the programme can offer strong added value to the businesses of both host and new entrepreneurs. Possible benefits include exchange of knowledge and experience, networking opportunities across Europe, new commercial relations or markets abroad.

¹ Liechtenstein and Norway

² Croatia, the Former Yugoslav Republic of Macedonia, Iceland, Montenegro and Turkey

It is truly a win-win collaboration whereby both new entrepreneurs and host entrepreneurs can also discover new European markets or business partners, different ways of doing business. On the longer-term, they will benefit from wide networking opportunities, and, possibly, decide to continue their collaboration as long-term business partners (e.g. joint ventures, sub-contracting activities, contractor-supplier relationships, etc).

3. INFORMATION ABOUT YOUR RELATIONSHIP

3.1 EXTENSION, FRAGMENTED STAY OR EARLY TERMINATION

Before the stay abroad commences NE and HE agree on the length, start and end date of the relationship. Should these dates change during the course of the stay, please consult the rules on fragmented, extended and early terminated stays below and inform Madan Parque and your local NIO. Please note that the NE is obliged to immediately inform his/her NIO and the corresponding HIO of any developments that might have an impact on his/her stay or his/her relationship with the HE.

EXTENSION OF AN EXCHANGE

Extension of a relationship after approval is allowed, with or without an increase in the initial financial contribution agreed, only if the relationship is still ongoing and if all actors (NIO, HIO, NEP and HEP) remain the same.

An exchange can be continued for a maximum duration of 6 months upon agreement by all parties concerned. Financial contribution will not necessarily be increased, as this will depend upon the budgetary situation of NIOs. The responsible IO(s) are requested to keep evidence of such corrections (e.g. keep a written justification of the changes on file, etc.) and of amendments made to the agreement between NIO and NE that reflect any increase of financial support (where applicable) and duration of stay abroad. These should be signed.

The information in the IT Management Tool remains unchanged. The HIO must update the end dates of the relationship in order for it to reflect the real stay period. The HIO should also mention in the comment box that the relationship has been extended.

Extensions may not be granted beyond the end of the current within which is being administered.

FRAGMENTED STAY

NE and HE may agree that the stay abroad should be completed in multiple periods of at least one week each. However, it must be completed within an overall time span of twelve months.

EARLY TERMINATION

In principle, the NE should stay for the full term of the exchange, as specified in the agreement for financial support that he/she signed with the IO. However, there might be an exception to this rule, namely if the HE and NE mutually agree that the relationship can be shorter than initially agreed. In such a case, justification must be provided that the relationship was nevertheless successful. This means that, in their reports, both NE and HE must explain the reasons for early termination of the exchange and conclude that the stay abroad was nevertheless a success.

The programme requests a minimum stay of 4 weeks. If an NE has to return home before the end of the 4 week period and furthermore if NE and HE reports are positive, then the relationship can be considered as successful provided that the reduction below the minimum time spent abroad is well justified.

REIMBURSEMENT OF EXPENDITURE

In case of an early completion of an exchange which is nevertheless successful, NE is entitled to receive financial assistance for the period of the stay abroad in which he actively participated in the program.

3.2 RESPONSIBILITIES OF THE NE DURING STAY

During your stay with the host entrepreneur, there are certain responsibilities that the programme expects you to comply with. Should you have any questions or be unable to meet the requirements, please inform the HE, HIO and NIO.

- Comply with the compulsory rules and regulations the host entrepreneur is subject to;
- Respect the code of conduct and confidentiality rules of the host entrepreneur;
- Communicate with Intermediary Organisations about any problem or changes regarding the placement;
- Comply with all arrangements negotiated for his or her stay in order to achieve the stated objectives. In particular, execute the agreed planned activities and do his or her best to make the stay a success (a certain flexibility and willingness to adapt will be necessary due to cultural differences);
- Submit a report in the specified format at the end of the stay.

3.3 RESPONSIBILITIES OF THE HE DURING STAY

- Comply with all arrangements negotiated for the stay in order to achieve the stated objectives. In particular, execute agreed planned activities, stimulate improvement of the NE's project and do his or her best to make the stay a success (a certain flexibility and willingness to adapt will be necessary due to cultural differences);
- Agree with the NE about tasks and responsibilities that match his or her knowledge, skills, competences and objectives and ensure that appropriate equipment and support are available and that the NE's work/learning objectives are achieved;
- Foster the NE's understanding of entrepreneurship and how to start-up a business;

- Provide practical support if required;
- Submit a report in the specified format at the end of stay.

3.4 INSURANCES

Information on insurance coverage during exchange

Depending on the length of the stay abroad and the country in which the stay takes place, special conditions apply for insurances. Some insurances are not valid in foreign countries or provide less coverage. As a result, sufficient insurance coverage in the host country needs to be settled before starting an exchange with Erasmus for Young Entrepreneurs. We strongly recommend requesting a written statement from your local insurance authority documenting which terms apply for existing policies in the country of your stay.

There are three types of insurances which are most significant during your stay:

I. Health insurance (compulsory)

II. Accident insurance (recommended)

III. Liability insurance (recommended)

I. Health insurance / Medical aid

(compulsory in Portugal and many EU member states)

Check whether your own national health insurance is valid in the exchange country, and whether all costs incurred in the exchange country will also be covered by your national insurance. If need be, sign up for extra coverage.

EU-Social Security Coordination

The EU provides common rules to protect your social security rights when moving within Europe.

However, the rules on social security coordination do not replace national systems with a single

European one. All countries are free to decide who is to be insured under their legislation, which benefits

are granted and under what conditions.

The four main principles of EU Social Security Coordination

1. You are covered by the legislation of one country at a time so you only pay contributions in

one country. The decision on which country's legislation applies to you will be made by

the social security institutions. You cannot choose.

2. You have the same rights and obligations as the nationals of the country where you are

covered. This is known as the principle of equal treatment or non-discrimination.

3. When you claim a benefit, your previous periods of insurance, work or residence in other

countries are taken into account if necessary.

4. If you are entitled to a cash benefit from one country, you may generally receive it even if you

are living in a different country. This is known as the principle of exportability.

Recommendation:

Before the start of your stay abroad, request a detailed list of costs (of procedures) covered in the country of stay from your home insurance. Alternatively, ask your home insurance for a declaration stating that all medical costs incurred in the exchange country will be covered by your health insurance.

Obtain a European Health Insurance Card (EHIC) from your local health insurance authority. EHIC is a free card that gives you access to medically necessary, state-provided healthcare during a temporary stay in any of the 27 EU countries, Iceland, Lichtenstein, Norway and Switzerland. More info: <http://ec.europa.eu/social/>

II. LIABILITY INSURANCE (NOT COMPULSORY, HIGHLY RECOMMENDED)

A liability insurance is a voluntary private insurance which covers damages (and claims for compensation thereof) caused by negligence against third parties. NE's are not covered by the HE's insurances during their stay and are responsible for any damages caused to HE property.

Recommendation:

Check whether your national insurance is valid in the exchange country, and whether all

costs incurred in the exchange country will also be covered by your national insurance. If need be, sign up for extra coverage. We highly recommend taking out private liability

insurance for the length of the exchange.

III. Accident insurance (not compulsory, recommended)

Private accident insurances cover the costs of ramifications (long term sick leave; permanent inability to work) caused by accidents which occurred on the way to or at the workplace.

The HE is not liable for any accidents occurred at the workplace.

Recommendation:

Check whether your own national insurance is valid in the exchange country, and whether all costs incurred in the exchange country will also be covered by your national insurance. If need be, sign up for extra coverage. Make sure that the insurance also covers accidents at the workplace in the exchange country.

4. SUPPORT DURING YOUR STAY

4.1 YOUR HIO

Alcino Pascoal

Sofia Salta

During your stay, Madan Parque (the local HIO) will be taking care of your exchange. The HIO is going to contact you in the beginning and keep in touch throughout the duration of your stay abroad. Please update your Contact Person at Madan Parque, regularly on the proceeds and let him/her know should any questions arise or issues occur (e.g. breaks or pauses of exchange). It is best to always add your NIO Contact Person (that is Alcino Pascoal) to the Cc: field of all email messages exchanged, so then he is also informed about the whole process.

Contact Persons:

Alcino Pascoal alcino.pascoal@madanparque.pt

Sofia Salta [**helpdesk@madanparque.pt**](mailto:helpdesk@madanparque.pt)

Main phone line: +351-210 438 600

4.2 SOLVING ISSUES

NEs and HEs involved in the programme have the right to make a complaint to express

their dissatisfaction (e.g. rejection of their application, problems with relationships, etc.).

Complaints during the exchange are made to the HIO and NIO directly. IOs are expected to sort out the problem directly with the entrepreneur in a relatively short period of time, without any unjustified delay.

If, for any reason, the problem encountered cannot be solved informally, NEs/HEs should formally contact the Support Office, which will try to find equitable and fair solutions with the parties involved. The European Commission will only be involved in case of major difficulties.

Entrepreneurs are expected to describe the problem and the outcome(s) they are seeking in an email. The conclusion of the case will be communicated by email to the entrepreneur, with a copy to the IO, in a reasonable period of time.

4.3 SOLVIT – EU ONLINE PROBLEM-SOLVING NETWORK

SOLVIT is an online problem-solving network in which EU Member States work together to solve without legal proceedings problems caused by the misapplication of Internal Market law by public authorities. There is a SOLVIT centre in every European Union Member State.

SOLVIT Centres can help with handling complaints from both citizens and businesses. They are part of the national administration and are committed to providing real solutions to problems within ten weeks. Using SOLVIT is free of charge.

SOLVIT deals with cross-border problems between a business or a citizen on the one hand and a national public authority on the other, where there is possible misapplication of EU law. The policy areas SOLVIT has mostly dealt with so far are:

- Recognition of Professional qualifications and diplomas;
- Access to education;
- Residence permits;
- Voting rights;
- Social security;
- Employment rights;

- Driving licenses;
- Motor vehicle registration;
- Border controls;
- Market access for products;
- Market access for services;
- Establishment as self-employed;
- Public procurement;
- Taxation;
- Free movement of capital or payments.

When you submit a case to SOLVIT, your local SOLVIT Centre (known as the "Home" SOLVIT Centre) will enter your case into an online database, and it will be forwarded automatically to the SOLVIT Centre in the other Member State where the problem has occurred (known as the "Lead" SOLVIT Centre).

The target deadline for finding a solution to the problem is 10 weeks. The two SOLVIT

Centres will work together to try to solve the problem and your Home SOLVIT Centre will keep you informed of progress.

National SOLVIT Centre Portugal

Ministério dos Negócios Estrangeiros

Direcção Geral dos Assuntos Europeus

Rua Cova da Moura, no. 1, 1350-115 LISBOA

Tel.: +351-21 393 57 50

Fax: +351-21 395 45 39

E-mail: solvit@mne.pt

Web: http://ec.europa.eu/solvit/site/index_en.htm

5. PRACTICAL INFORMATION IN PORTUGAL

5.1. COUNTRY, CLIMATE, FOOD AND LANGUAGE

COUNTRY & CLIMATE

Portugal has just over 10 million inhabitants and is situated at the south-west point of Europe. Madeira and the Azores archipelagos in the Atlantic Ocean also belong to Portugal.

Approximately 1.9 million inhabitants live in the capital Lisbon and its suburbs. Porto in the north is the second largest city. Generally, most people live in the country's coastal regions as opposed to the quieter areas inland.

Throughout the year Portugal has a mild climate, with 3000 hours of sunshine per year. It has an extraordinary 850km of splendid beaches bathed by the Atlantic Ocean, an exceptional range of different landscapes and a unique cultural heritage. Portugal certainly is an excellent place to enjoy outdoor (beach) activities and explore a culture where tradition and modernity blend together in perfect harmony.

And for very accurate ten-day weather forecast by Accuweather or CNN (that will also help you organize your clothing and suitcase accordingly).

<https://www.accuweather.com/>



<https://edition.cnn.com/weather>



Food

The Portuguese cuisine prides itself in the best fresh fish and shellfish (lobster, shrimp, oyster, crab, etc.) to be found in restaurants, as well as in all major supermarkets. A national classic is Bacalhau - dried, salted cod. Grilled sardines and horse mackerel are other delicacies mainly popular in the coastal towns.

Another national dish is Cozido à Portuguesa, a thick stew of vegetables with various kinds of meat. The Portuguese' favourite kind of meat is pork. Leitão assado (roast suckling pig) is popular, as are sausages called chouriço and linguiça.

The Portuguese are not very dedicated breakfast eaters. Traditionally it is just a coffee and a bread roll. Lunch however is a big affair, often (if circumstances allow) lasting up to two hours and served between noon and 2.00pm or between 1.00pm and 3.00pm. Dinner is generally served late, after 8.00pm and usually consists of three courses, with the starter often being a soup. The most common soup is caldo verde with potato, shredded kale, and chunks of sausage.

When it comes to desserts, the Portuguese love their cinnamon-flavored rice pudding, flan, and caramel custard as well as a variety of cheeses. The most common are made from sheep or goat's milk, and the most popular is Queijo da Serra from the region Serra da Estrela.

A particularly delicious Portuguese pastry is Pastel de Nata, a small custard tart sprinkled with cinnamon. For the best, go to the Antiga Confeitaria in Belem, a 10 min tram journey from Lisbon's historic centre.

TIPPING

When going to a restaurant, you will find service to be included in the bill.

However, it is customary to leave an additional tip of about 5-10% of the total.

FADO

Is a music genre which can be traced back to the 1820s in Lisbon. Nonetheless, its origins might be even older. Although the origins are difficult to date precisely, fado is commonly regarded in present times simply as a form of song which can be about anything but must follow a certain traditional structure. In popular belief, fado is a form of music characterised by mournful tunes and lyrics, often about the sea or the life of

the poor, and infused with a sentiment of resignation, fatefulness and melancholia. This is loosely captured by the Portuguese word *saudade*, or "longing", symbolising a feeling of loss (a permanent, irreparable loss and its consequent lifelong damage).

WINE

Portugal has a large array of native varieties, producing an abundant variety of different wines. The wide array of Portuguese grape varieties contributes as significantly as the soil and climate to wine differentiation, producing distinctive wines from the Northern regions to Madeira Islands, and from Algarve to the Azores. In Portugal only some grape varieties or castas are authorised or endorsed in the Demarcated regions.

SURF

Portugal has some of the best waves in Europe. The country has a very mild climate with solid surf. Offshore morning breezes are extremely common, making the country a popular surfing destination for surfers from inside and outside Europe. Portugal has a huge variety of waves and swell size. In turn, this makes the country an ideal surfing location for surfers of every ability.

LANGUAGE

Portuguese is the third most-spoken European language in the world and the native tongue of about 250 million people. Besides Portugal, it is spoken in Angola, Cape Verde, Guinea-Bissau, Mozambique, São Tomé e Príncipe, Brazil, East Timor and Macau.

Even though many Portuguese can speak English, French and/or Spanish, a few phrases may be useful to know:

English	Portuguese
How are you?	Como está? (formal), Como estás? (informal); Tudo bem? (informal)
I'm fine, thanks. And you?	Estou bem, obrigado(a). E o senhor/senhora/você? (for) Está tudo, obrigado(a). E com você? (nf)
What's your name?	Como se chama? (for) Como te chamas? (inf)
My name is ...	Chamo-me ...
Where are you from?	De onde é? (for) De onde és? (inf)
I'm from ...	Sou de ... / Venho de ...
Pleased to meet you	É um prazer conhecê-lo/la
Good morning	Bom dia
Good afternoon	Boa tarde
Good night	Boa noite
Goodbye	Adeus (for) / Tchau (inf) / Até logo! (See you)
Good luck	Boa sorte
Do you speak English?	Fala inglês? (for); Falas inglês? (inf)
Sorry	Desculpe! (for); Desculpa! (inf)
Where is the bus station?	Onde fica a estação de camionagem?

How much does it cost?	Quanto custou isto?
One beer, please	Uma cerveja, por favour
Where is the toilet?	Onde está o WC?
Excuse me	Peço desculpa
You are very kind	És muito simpática (female) or És muito simpático (male)
Can you give me...?	Podes dar-me...?
It was delicious!	Estava delicioso!
I don't eat meat	Eu não como carne
I want...	Eu quero...
One, two, three, four, five, six, seven, eight, nine, ten	Um, dois, três, quatro, cinco, seis, sete, oito, novo, dez

*The way you say thank you depends on your gender: the "o" ending (obrigado) is used by males when giving thanks; females use the "a" ending (obrigada).

5.2. COST OF LIVING

Below you can find a list of a selection of products and services and their associated average costs.

FOOD & DRINKS

Bica (Espresso): €0.60 - €0.70	Bottle of water: €0.90
Galão (Coffee with milk): €0.70 - €1.20	Cheese or ham sandwich: €1.50 - €2.50
Cup of tea: €1 - €1.50	Meal, inexpensive restaurant: €7.00
Glass of natural orange juice: +/- €2.50	Meal for 2, mid-range, 3 courses: €30.00
Beer/Coca-Cola: €1 - €1.50	Meal, first-class, Fado House: €30 - €50

CULTURE

Entrance ticket to Museum/ National Monument/Exhibition: €1.50 - €8.50	Cinema ticket: €6.50
	Theatre ticket: €10 - €30

5.3. TRANSPORT

One-way ticket (local transport): €1.50	Taxi Start (normal tariff): €3.25 (daytime); €3.90 (nighttime)
Monthly Pass (regular service): €40	Taxi 1km (normal tariff): €0.50

SPORTS AND LEISURE

Fitness Club, Monthly Fee for 1 Adult: €44.50	Tennis Court Rent (1 hour on weekend): €10.09
--	--

RENT PER MONTH

Room in Shared Apartment: €250	Apartment (3 bedrooms) in City Centre: €780
Apartment (1 bedroom) in City Centre: €430	Apartment (3 bedrooms) Outside of Centre: €560
Apartment (1 bedroom) Outside of Centre: €320	

More useful websites:

<https://www.numbeo.com/cost-of-living/comparison.jsp>



<https://www.expatisitan.com/cost-of-living/lisbon>



5.4. ACCOMMODATION

Accommodation in Portugal is relatively cheap compared to other European countries. For as little as €250 per month you can find a decent room to stay. If you want your own studio or apartment, expect to pay around €400 on average.

For students - private and shared rooms (€250 - €450/month):

<http://esnlisboa.org/housing>



<http://www.erasmuslisboa.com/>



Serviced accommodation for university students:

www.moving-on.co/universitarios/relocation-tradicional/

www.erasmusu.com/en/erasmus-lisbon/student-housing

Serviced accommodation for short-medium stays:



WWW.APARTMENTSERVICE.COM

WWW.ROUGHGUIDES.COM/DESTINATIONS/EUROPE/PORTUGAL/ACCOMMODATION/

Private and shared rooms, studios and apartments (€400 and up/month):



WWW.AIRBNB.PT

WWW.TRIPADVISOR.PT

WWW.WIMDU.PT

WWW.BOOKING.COM

MORE:

WWW.CASA.SAPO.PT

WWW.BQUARTO.PT

WWW.UNIPLACES.COM/PT/

WWW.CUSTOJUSTO.PT

AIRPORTS, PUBLIC TRANSPORT

Getting to and from Portugal

By air

There are five airports in Portugal:

- Portela Airport – Lisbon
- Dr. Francisco de Sá Carneiro Airport – Porto
- Faro Airport - Faro
- Funchal Airport - Funchal, Madeira
- João Paulo II Airport - Ponta Delgada, Azores

Departure and arrival times and other information regarding these airports can be found on the Portuguese airport authority (ANA) website: **www.ana.pt**

The two main Portuguese airlines offering regular domestic and international flights are:

TAP – Air Portugal (**www.flytap.com**): the country's flagship airline that has scheduled flights to more than 75 international destinations and domestic flights between Lisbon, Oporto, Faro, Madeira and Azores, and also between Madeira and Porto Santo.

SATA – Air Azores (**www.sata.pt**): operates regular flights between all the islands of the Azores and from the Azores to Madeira and mainland Portugal. It also offers regular flights to several international destinations.

BY RAIL

International train services to and from Vigo, Salamanca, Ávila, Madrid, Burgos, S. Sebastián, and Hendaye with connection services to Paris, Barcelona, Valencia and more are covered by the vast rail network of Portugal's national railway company CP – Comboios de Portugal (**www.cp.pt**).

BY BUS (INTER-CITY)



Another possibility to travel through Portugal is taking a long-distance buses. You can book tickets online through their website:

<https://www.rede-expressos.pt>

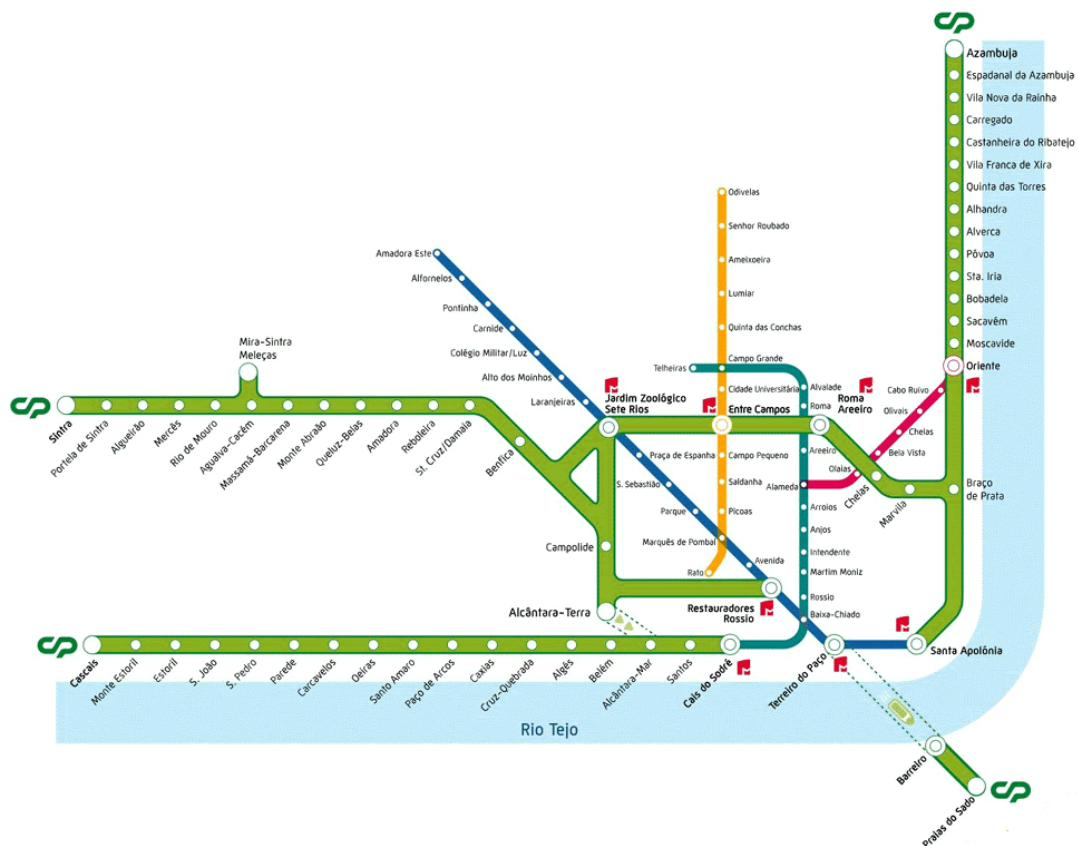
GETTING AROUND IN PORTUGAL

BY RAIL



COMBOIOS DE PORTUGAL

CP – Comboios de Portugal (www.cp.pt) offer a number of train services throughout the country: Alfa Pendular and Intercidades (high-speed trains connecting the major cities) and Regional (region-wide network, connecting urban centres with their surrounding areas)



Alternative train

Another way to cross to Almada' side is by means of using train.

private-own

<https://www.fertagus.pt/>



FERRY

If you have a meeting at Madan Parque or need to work at Almada or nearby, it is also possible to travel by ferry and thus enjoy an amazing view while crossing Tagus river.



<https://ttsl.pt/>

URBAN BUS (LISBON)

Inside Lisbon you have a lot of bus lines that link the main places in the city. You can check it on the link below:

<http://www.carris.pt>



<http://www.tsuldotejo.pt>



<http://www.vimeca.pt>



BY UNDERGROUND

In Lisbon and Porto the underground operates between 6.30 am and 1am.

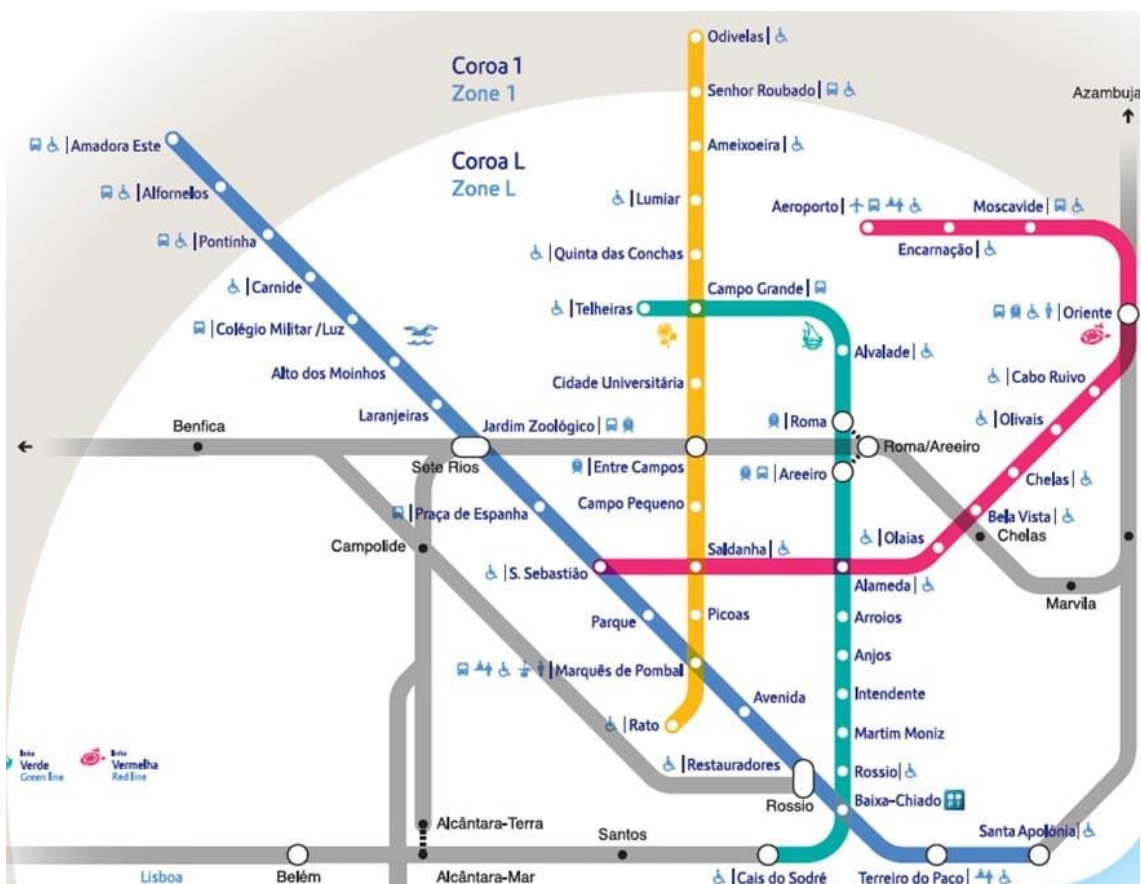
Metro Lisboa is the older of the two and reaches a considerable part of the city.

For more information on fares, go to:

www.metrolisboa.pt/eng/customer-info/information-on-fares/



If you stay for longer than a month, we recommend that you apply for a Lisboa Viva Card which will save you a considerable amount of money, especially if you intend to use public transport daily.



For more information (on fairs) about Metro do Porto, go to:

<https://www.metrodoporto.pt/>

Most (reloadable) transport passes will allow you to use all types of public transport available in the city.

For Porto, go to:

www.stcp.pt/en/travel/



BY TAXI

Taxis are usually cream in colour, although there are still some painted black with a green roof in the traditional Portuguese style. The fare is shown on the taximeter.

Tipping is at the passenger's discretion. Some people may tip 5-10% or round the amount up to the nearest euro.

Or you can either call a ridesharing company from your mobile phone:



kapten_

CAR RENTAL

If you're getting to Portugal by car, it may be useful to consult Portugal Tolls (**www.portugaltolls.com**) which includes detailed information on toll locations, rates and concessionaires in the country.

There are also car rental services at airports, international rail terminuses and in the main towns and cities.

- **<https://www.rentalcars.com/en/city/pt/lisboa/>**
- **<https://www.autoeurope.pt/>**
- **<https://www.europcar.com/en/car-rental/locations/portugal/lisbon>**

- <https://www.hertz.com/p/car-rental/portugal/lisbon>

The minimum age to rent a car is between 21 and 25 years old, depending on the company's rental policy.

You must moreover show identification (identity card for EU citizens or a valid passport for other nationalities) and have had a driving license for more than one year.

5.5. ENTRY FORMALITIES, INSURANCE, SERVICES, EMERGENCY NUMBERS

EMERGENCY NUMBERS

National Emergency Number (including medical emergency, police, and fire rescue): 112

ENTRY FORMALITIES

If you are an EU national or a national of Iceland, Liechtenstein or Norway, you do not need to show your national ID card or passport when travelling to Portugal as it belongs to the border-free Schengen area. However, all EU airports still require you to show a passport or ID when travelling from one EU country to the other.

When travelling to or from Bulgaria, Croatia, Cyprus, Ireland, Romania and the United Kingdom, you must show a valid ID card or passport at all times.

For nationals from Albania, Former Yugoslav Republic of Macedonia, Israel, Serbia and Turkey, please consult the EU website for passport/visa requirements:

www.europa.eu/youreurope/citizens/travel/entry-exit/non-eu-nationals/index_en.htm

INSURANCE

NEs need to make their own arrangements concerning health insurance, accident insurance and any other kind of insurance (legally required or otherwise) which might be necessary for the duration of their stay abroad.

To find out which EU country is responsible for your insurance, go to:

<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=851&langId=en>.

It is highly recommended that you obtain a European Health Card (**<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=559&langId=en>**) and understand the level of cover that this provides in the country you are travelling to. If the nature of the work in which you will be engaged has particular risks (e.g. hazardous materials, animals, machinery, dangerous sports, etc.), you may wish to obtain additional medical cover or accident cover.

NEs who cannot demonstrate that they have given adequate consideration to insurance cover may prejudice their chance of having their proposed HE/NE relationship being accepted by the selected HE.

Although there is no obligation within the conditions of the EYE program, HE's should decide whether they wish to provide insurance cover to comply with their own statutory obligations, or their own company policy, or out of their own goodwill. Any costs incurred by HEs relating to health insurance, accident insurance, civil liability, or similar will not be considered as a reimbursable expense.

SERVICES

BANKS

Banks are open from 8.30am to 3pm, five working days a week. Portugal has a national network of cash machines (ATMs) identified by the symbol MB (Multibanco), from which you can withdraw cash 24 hours a day.

You can either easily manage your fee-free **currency exchange** and your transferences with the apps:



POST OFFICES

Post offices are generally open from Monday to Friday, from 9am to 6pm. For more information, go to: **www.ctt.pt** (Correios de Portugal).



PHARMACIES

In general, pharmacies are open on weekdays between 9am and 7pm (some close for lunch from 1 to 3pm) and on Saturdays between 9am and 1pm. They display an illuminated green cross outside when open at night.

PORTUGUESE PHONE/SIM CARD

It is highly recommended to either purchase a (cheap) Portuguese mobile phone with Portuguese number, or a Portuguese SIM card that can be used in any SIM lock free phone.

There are three network service providers: MEO, NOS and Vodafone.

[HTTPS://LOJA.MEO.PT/EQUIPAMENTOS/CARTOES-SIM](https://loja.meo.pt/equipamentos/cartoes-sim)



[HTTPS://WWW.NOS.PT/PARTICULARES/LOJA-EQUIPAMENTOS/PAGES/DETAILS.ASPX?P=30895](https://www.nos.pt/particulares/loja-equipamentos/pages/details.aspx?p=30895)



[HTTPS://LOJA.VODAFONE.PT/CARTOES-SIM](https://loja.vodafone.pt/cartoes-sim)



You can purchase a phone and/or SIM card at any of these provider's local branches, at larger retail chains such as FNAC (www.fnac.com) or small independent retailers: (<https://www.lycamobile.pt/>)

5.6 PORTUGUESE BUSINESS PRACTICES, PORTUGAL'S ENTREPRENEURIAL CLIMATE

PORTUGUESE BUSINESS PRACTICES

As you will be working in a Portuguese company, it may be useful to have some idea of general Portuguese business practices. Naturally, the below should be viewed as a general guide only – there are always exceptions to the rule!

STRENGTHS

Overall, the biggest strength of Portuguese business culture seems to be the willingness to be flexible and to learn. There is respect and admiration for more advanced methods and economies and you will encounter considerable creativity and drive to resolve problems and adaptation to circumstances.

Portuguese are extraordinarily and charmingly self-critical. Although they take considerable pride in their own culture, they also love everything foreign. They are extremely welcoming to foreigners.

WEAKNESSES

In some ways, Portuguese business culture is regarded as anti-competitive. This could translate into:

- Short-term gain usually beating strategic long-term interest
- Lack of respect for deadlines
- Badly run and inconclusive meetings
- Disorganization

Also beware that Portugal's justice system is by nature slow, ineffective and bureaucratic. Any interaction with the State takes much longer than it should, which, however, does not mean that it is corrupt.

PORTUGAL'S ENTREPRENEURIAL CLIMATE

As Portugal is mired in recession, entrepreneurial activity is on the rise. If you get the chance to mingle with local entrepreneurs at networking events and workshops (examples of which can be found below), you will find lots of driven and talented people, hungry to make things happen.

In 2013, a total of 35.296 new businesses were set-up. Compared to 2012, this accounted for an increase of 12.8%; the biggest increase since 2009.

Although Portugal's start-up scene is relatively new, active steps have been taken to make life easier for aspiring entrepreneurs. An example is Empresa na Hora (www.empresanahora.pt), which allows you to set up a company in Portugal in less than an hour. It only requires the completion of a single form and payment of €360 (one of the cheapest you will find).

In addition to this, Portugal has an excellent infrastructure and lots of potential office space. At a GMT+0, entrepreneurs based in the country can easily work both with the East and West at the same time. Moreover, entrepreneur magazine (www.entrepreneur.com) rated Lisbon 5th on the list of best tech hubs worldwide.

For more general information on how to do business in Portugal, www.portugalglobal.pt may be useful.

Another interesting website on (global) entrepreneurship is: www.gemconsortium.org

5.7 ENTERPRISE (NETWORKING) EVENTS, ONLINE COMMUNITIES

Below you will find a list of interesting companies and initiatives that may help you to meet like-minded people and truly get involved in Portugal's start-up environment.

www.meetup.com

Search here for events in Portugal on entrepreneurship or any other subject of interest to you. We certainly recommend Lisbon Startup



Coffee: www.meetup.com/LisbonStartupCoffee/

<https://www.genglobal.org/portugal>

Semana Global de Empreendedorismo Portugal
2020/ Global Entrepreneurship Week Portugal
(GEW 2020)



www.anje.pt

National Association of Young Entrepreneurs.

Represents young entrepreneurs in Portugal. Organizes a wide range of events (mainly in Portuguese).



<https://websummit.com/>

Altice Arena & FIL, Lisbon November 2-5, 2020
Meeting point for entrepreneurs, investors and professionals.



www.internations.org

The first international community for all people living other expatriates in a similar situation, with comparable interests and needs. In addition to networking online, their members meet up at local get-togethers around the globe; specifically geared towards the foreign community in town.



5.8 LANGUAGE SCHOOLS

If you want to enjoy the best of the city and engage in the multicultural environment that is Lisbon, we recommend one of our language schools:

<https://www.learnportugueseinlisbon.com/>



<https://www.britishcouncil.pt/>



<https://www.cambridgeschool.pt/>



<https://www.wsenglish.pt/>



5.9 THINGS TO DO/SIGHTSEEING

Portugal is probably most famous for its 850km coastline boasting beautiful beaches, delicious (Port) wine and bacalhau, rich cultural heritage, and of course, fado.

We provide you with a list of websites that will give you all the information you need to explore this beautiful country.

Portugal:

www.visitportugal.com



www.timeout.com/travel/features/562/the-best-of-portugal



Lisbon:

www.golisbon.com

www.lisbonlux.com

Lisbon Aerial view

https://www.youtube.com/watch?time_continue=9&v=uE6TCoxTZ7Y

Porto:

www.gooporto.com



<https://www.timeout.pt/porto/pt>



6. SHARE YOUR EXPERIENCE

PRESS AND PHOTOS

In order to be able to explain the benefits of this programme to future generations we publish stories from new and host entrepreneurs in magazines, newspapers and on social media. These channels not only help to make Erasmus for Young Entrepreneurs known to the public but also serve as a boost to your startup enterprise. Articles on your ideas in local and national newspapers and in online media outlets can help you to broaden your network, reach your customers, and find potential partners and investors.

During your exchange we appreciate you taking photos of your day-to-day activities at the host enterprise to document your experience. We can use these photos to illustrate an interview with you for the press, an article about your exchange on affiliated. Photos of you will only be published with your prior consent.

SOCIAL MEDIA

Join our social media network and post photos, videos and comments about your exchange:

MADAN PARQUE | FACEBOOK

<https://www.facebook.com/MadanParque/>



ERASMUS FOR YOUNG ENTREPRENEURS FACEBOOK

<https://www.facebook.com/European.Entrepreneurs.EYE.Programme>



ERASMUS FOR YOUNG ENTREPRENEURS LINKEDIN

<https://www.linkedin.com/company/erasmus-for-young-entrepreneurs/>



DECLARATION OF CONSENT

During your stay abroad you are neither insured via the host entrepreneur nor via Madan Parque as a carrier of the Erasmus for Young Entrepreneurs Programme.

Name, surname	
Address in the host country	
Host entrepreneur address	
Start and end dates of the exchange (planned)	

You declare to provide evidence for proof of your residence and the travel tickets to and from the host country. Please fill in the form below and provide a signed copy to Madan Parque.

Voluntary:

- Any photos and videos, which I send to Madan Parque can be used without restrictions to time, place and context at the Madan Parque website or social media channels.
- I would like to “pitch” my business idea & share insights about my EYE exchange.

I declare to have taken note of my personal responsibility to take up sufficient accident, liability and health insurance for the duration of the exchange (travel to and

from the exchange included) to cover all medical costs and damages incurred in the host company and country. I have also taken note of my responsibility to inform myself about registration terms at the nearest registration office. I understand that I am obliged to immediately inform my NIO and the corresponding HIO of any developments that might have an impact on my stay or my relationship with the HE.

Place, Date

Name, Signature

7. CHECKLIST NEW ENTREPRENEUR

We require the following documents from you in the beginning of your stay at Portugal:

- Declaration of Consent (signed)
- Travel Tickets (to and from the host country)
- Copy of health insurance (voluntary)

Please send the Declaration of Consent and the required documents in the checklist above back to:

erasmus.entrepreneurs@madanparque.pt

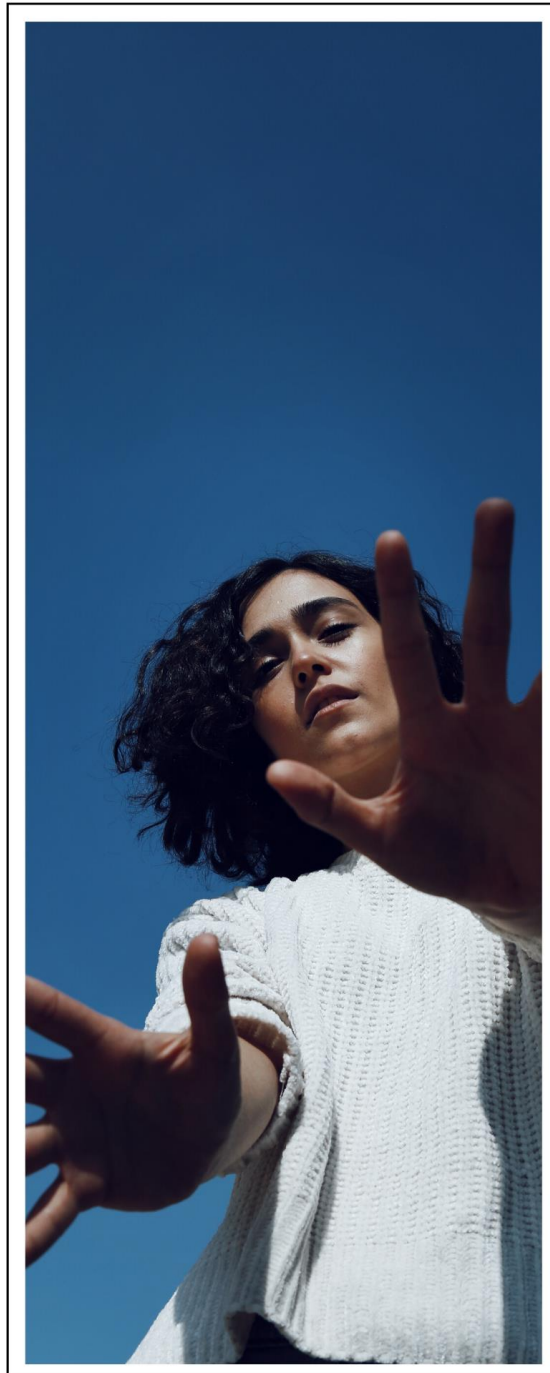


ERASMUS FOR YOUNG ENTREPRENEURS

Erasmus for Young Entrepreneurs helps provide aspiring European entrepreneurs with the skills necessary to start and/or successfully run a small business in Europe. New entrepreneurs gather and exchange knowledge and business ideas with an experienced entrepreneur, with whom they stay and collaborate for a period of 1 to 6 months.



100 YEARS ANOS | British-Portuguese Chamber of Commerce
Câmara de Comércio Luso-Britânica



**BPCC IS AN INTERMEDIARY ORGANISATION FOR PORTUGAL, WHICH YOU MAY CONTACT BY
EMAIL: C.BARTON@BPCC.PT OR TEL: +351 962 714 414**

More information in: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/>
<https://www.facebook.com/EYProgramme/> or <https://twitter.com/EYEprogramme>

**IT HELPED ME
SEE THINGS
FROM A
DIFFERENT
PERSPECTIVE
AND AT THE
SAME TIME,
EVALUATING
NEW
KNOWLEDGE.**

LARISSA AIEX

CONTACTS



+32 228 20 873



<https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/>



support@erasmus-entrepreneurs.eu



10 Years supporting entrepreneurship



ERASMUS

FOR YOUNG
ENTREPRENEURS

Erasmus FYE

Erasmus for Young Entrepreneurs helps provide aspiring European entrepreneurs with the skills necessary to start and/or successfully run a small business in Europe. New entrepreneurs gather and exchange knowledge and business ideas with an experienced entrepreneur, with whom they stay and collaborate for a period of 1 to 6 months. The stay is partly financed by the European Commission.



BENEFITS

As a new entrepreneur, you will benefit from on-the-job training in a small or medium-sized enterprise in another Participating Country.

As a host entrepreneur, you can benefit from fresh ideas from a motivated new entrepreneur on your business.

win-win collaboration

1 click, 39 participating countries, unlimited entrepreneurial opportunities

HOW TO PARTICIPATE

Apply via the tool and choose your preferred local contact point.

Your local contact point will assess your application process. Once accepted, you will be able to search for an entrepreneur.

A host entrepreneur's local contact point will also offer local assistance to visiting new entrepreneurs during their stay.





O MUNDO É A TUA OSTRÁ

ERASMUS FOR YOUNG ENTREPRENEURS

*O programa de intercâmbio europeu
para empreendedores*



<https://www.facebook.com/EYEprogramme/>



<https://twitter.com/EYEprogramme>



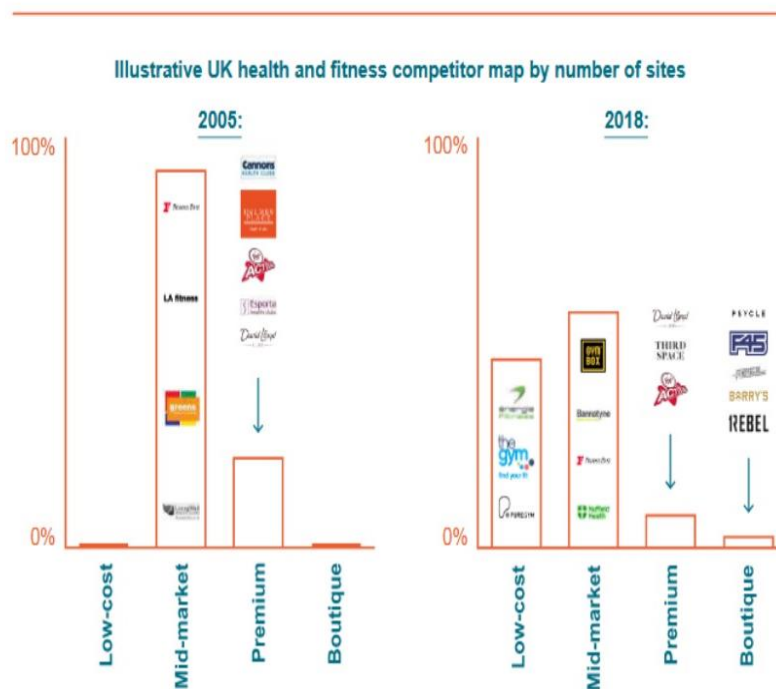
ANEXO III

UK Fitness Research

In terms of revenue, the European health and fitness market grew by 1.2 % to EUR 27.2 billion in 2018. In terms of revenue, UK-based premium operator David Lloyd Leisure (DLL) retained first place by a considerable margin with revenue of EUR 545 million in 2018, which represents an increase of almost 13.0 % compared with 2017.

Germany and the United Kingdom remain the two largest national fitness markets in Europe with total revenues of about EUR 5.3 billion each. While the German market increased by 2.5 % in 2018, the UK market grew by 4.3 % at constant currency and by 3.3 % in Euro. (Deloitte, 2019)

Following another year of continued growth, the UK health and fitness industry provides attractive investment opportunities. The market is worth c.£5bn and has grown 20% over the last five years.



Sources: Company websites, CIL analysis

The structure of the UK health and fitness industry is evolving to better reflect consumer preferences. Low-cost gyms (e.g. Pure Gym, The Gym Group, Xercise4Less) will continue to take share, while the current London-focused dynamic of boutique, class-based studios (e.g. Barry's Bootcamp, F45, Frame) and more upmarket offers (e.g. Gymbox, Third Space, Equinox) have the potential to properly expand outside of London if the strategy is right. On the latter, we have identified upwards of 25 locations across the UK that accommodate new or more premium propositions. However, while structural change is occurring and much of the industry commentary has focused on the rise of the low-cost segment, it is interesting to note that mid-market remains the largest category by sites. The segment itself, though, is transforming, shifting towards the premium end of the market. (CIL Management Consultants, 2020)

“As the low-cost segment becomes increasingly competitive,” McGuinness added, “operators are striving for differentiation. Beyond further lowering price, the training offer and technology are both effective ways of creating better consumer experiences.”

On the other hand, social fitness becomes the norm: It is well known that consumers generally are increasingly prioritising social experiences, and this is becoming ever more common in the fitness industry. Across all types of gym, our research shows that 40% of consumers consider the social scene an important part of their selection process.

This is closer to 50% for premium gym-goers and nearly 60% for those that attend classes. And it is not just about meeting people and socialising – the key factor is people are more motivated working out in a group. Outside of gyms, CrossFit continues to boom, participation in adventure races like Tough Mudder has grown, events like the weekly Park Run go from strength to strength and park-based operators like BMF (recently rebranded as Be Military Fit) remain popular. Standout operators will leverage the social fitness trend in their proposition.

Staying Connected is more important than ever. Wellness on the Go Strategy allows fitness clubs to manage their members training at home. Mywellness allows Operators to stay in touch with members, launched in 2012, the digital platform grants trainers to connect, engage and coach members.

As well as programmes, content and coaching, clubs have also created an environment where members can compete on challenges using Mywellness which creates a community of motivated and engaged members. Freedom Leisure sees this as an opportunity to create challenges across all 104 sites connecting people digitally whilst at home. Members are kept on their toes with creative challenges such as Daily 1000 MOVEs, Freedom 5000, and the Highest amount of MOVEs in a week. (Technogym, 2020)

Summary of Key Facts 2019:

- Total membership grew by 4.7% to 10.4 million.
- Total market value increased by 4.2% to £5.1 billion.
- The UK penetration rate passed 15% for the first time.
- 215 new fitness facilities opened in the last 12 months, down from 275 in 2018.
- The number of fitness facilities in the UK increased from 7,038 to 7,239 during 2018-19.
- Total membership grew by 4.7 per cent to 10.4 million.
- Total market value increased by 4.2 per cent to £5.1bn.
- The UK penetration rate passed 15 per cent for the first time.
- 215 new fitness facilities opened in the last 12 months, down from 275 in 2018

Although the facts may seem less relevant now due to the coronavirus pandemic, new numbers – out today in the new European Health & fitness market Report 2020, published by EuropeActive and Deloitte – show the European fitness industry experienced another year of growth during 2019.

The report will be a useful benchmark for analysts when evaluating the impact of the pandemic on the market over the next year.

Total revenues at clubs across the continent reaching €28.2bn in 2019 – up 3.1 per cent on the year before.

The surge in income was driven by an increase in the number of sites and healthy growth in memberships. The number of facilities increased by 2.3 per cent to 63,644 during 2019, while health and fitness club memberships grew by 3.8 per cent to 64.8 million.

In total, the sector welcomed 2.4 million new members during the year.

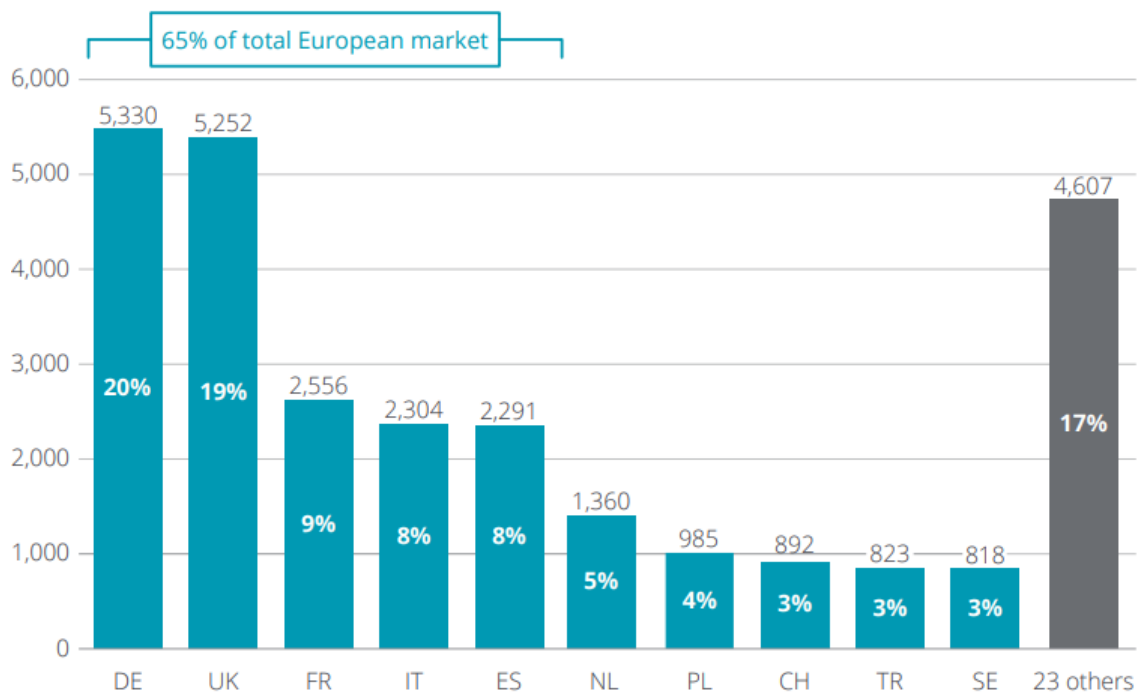
Germany strengthened its position as the country with the highest number of gym members with 11.7 million, ahead of the UK (10.4 million), France (6.2 million), Italy (5.5 million) and Spain (5.5 million).

In terms of market penetration, Norway and Sweden rank highest with 22 per cent of the total population holding a fitness club membership. Other countries with high fitness club penetration include Denmark (18.9 per cent), the Netherlands (17.4 per cent), Finland (17.2 per cent) and the UK (15.6 per cent). (Walker, 2020)

- Revenue in the Fitness segment is projected to reach US\$738m in 2020.
- Revenue is expected to show an annual growth rate (CAGR 2020-2024) of -1%, resulting in a projected market volume of US\$703m by 2024.
- The market's largest segment is Wearables with a projected market volume of US\$617m in 2020.
- In global comparison, most revenue will be generated in China (US\$6,690m in 2020). (Statista, 2020)

The fitness industry is not just profitable but also a sustainable business. In 2019 in the UK alone there was over 6.9 Thousand health & fitness public and private clubs.

Fig. 1 - Top 10 European fitness markets by revenue in million EUR and share of the European market (2018)



Sources: EuropeActive, Deloitte