

Portugal

Business On the Way

TRIMESTRAL J/F/M 2025 GRATUITO

BY



AEP



ESG E OS SEUS IMPACTOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO
ESG AND ITS IMPACTS ON INTERNATIONALISATION



CBS creative building
solutions

www.cbs.pt
www.facebook.com/cbs.pt

E. geral@cbs.pt
T. +351 255 810 230

STANDS PROJETOS
ESPECIAIS
SHOWROOMS
EXPOSIÇÕES MUSEUS





ESG E OS SEUS IMPACTOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO

ESG AND ITS IMPACTS ON INTERNATIONALISATION



Capa: Ana Dias (Leiria, 1986) é Artista Visual licenciada em Pintura pela Universidade de Évora e formada em Ilustração e Banda Desenhada pelo Ar.Co (Centro de Arte e Comunicação Visual), onde também trabalha como monitora de gravura. Embora multifacetada, a sua produção artística baseia-se sobretudo no desenho e na gravura. Procura focar-se na resposta visual adequada à mensagem e ao assunto retratado. Tem tido o prazer de colaborar enquanto ilustradora em projectos relacionados com ecologia, biodiversidade, igualdade e cooperação sempre numa perspectiva de ajudar a formar gerações futuras. É fascinada por visões futuristas e gosta de estar informada sobre as mudanças que vão sendo operadas globalmente.

No seu percurso incluem-se colaborações com a Águas de Portugal Internacional (livros e objectos educativos), Município da Amadora e de Leiria (murais, workshops e objectos ilustrados), publicações do Ar.Co com a editora Chili com Carne (revista Pentângulo), Sapata Press, associação Mulheres sem Fronteiras e ilustrações para o livro "Banda da Cooperação" de Patrícia Bisel, pela editora Alfarroba. Foi bolsista do Ar.Co pela fundação Altice em 2020 e recebeu o prémio inovação do concurso de ilustração "Lisboa Capital Verde Europeia 2020" atribuído pela Sociedade Nacional de Belas Artes de Lisboa.

Cover: Ana Dias (Leiria, 1986) is a visual artist with a degree in Painting by the University of Évora, and a course in Illustration and Cartoons by Ar.Co (Centre for Arts and Visual Communication), where she also works as an engraving supervisor. Although multifaceted, her artistic production is essentially based on sketching and engraving. She seeks to focus on finding the right visual response for the message and the subject. She has had the pleasure of working as an illustrator on projects about ecology, biodiversity, equality, and cooperation, always with a view to training future generations. She is fascinated by futuristic visions and likes to be informed about ongoing global trends. During her career she has worked with Águas de Portugal Internacional (books and educational material), the City Councils of Amadora and Leiria (murals, workshops and illustrated objects), editorial work by Ar.Co, Chili com Carne publishers (Pentângulo magazine), Sapata Press, the Women without Borders association, and she is also the author of the illustrations for the "Banda da Cooperação" book, by Patrícia Bisel, Alfarroba publishers. She received a grant for Ar.Co attributed by the Altice foundation in 2020 and the "Lisbon European Green Capital 2020", innovation award, attributed by the National Fine Arts Society of Lisbon.

5

EDITORIAL
Editorial

10

João Rui Ferreira

A IMPORTÂNCIA DO CRESCIMENTO ECONÓMICO SUSTENTÁVEL – E A VANTAGEM COMPETITIVA NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

The importance of sustainable economic growth – and competitive advantage in the internationalisation of companies

14

Mário Parra da Silva

ESG, IMPACTO NA INTERNACIONALIZAÇÃO

The impact of ESG on Internationalisation

18

Isabel Barros

ESG: UM PASSAPORTE ESTRATÉGICO PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO SUSTENTÁVEL

ESG: A Strategic Passport to Sustainable Internationalisation

20

Carlos Moreira da Silva

GOVERNANCE: ALAVANCA PARA O CRESCIMENTO E INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS PORTUGUESAS

Governance: a lever for the growth and internationalisation of Portuguese companies

24

Graça Fonseca

PARA ALÉM DA REGULAÇÃO: SUSTENTABILIDADE COMO ESTRATÉGIA ECONÓMICA

Beyond regulation: sustainability as an economic strategy

28

Gisela Pires

O PAPEL DO ESG NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS: UMA PERSPETIVA DA CORTICEIRA AMORIM

The Role of ESG in the Internationalisation of Companies: The Perspective of Corticeira Amorim

34

Palloma Carvalho

ESG E OS SEUS IMPACTOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO: A PERSPETIVA DA LOGOPLASTE

ESG and its impact on internationalisation: Logoplaste's perspective

38

Fátima Castanheira Geada

ESG E COMÉRCIO INTERNACIONAL
ESG and International Trade

49

António Carlos Rodrigues

ENTREVISTA
Interview



MERCADO—ALVO

TARGET MARKET

60

REGIÃO NÓRDICA COMO POLO DE INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE
Nordic Region as a Pole of Innovation and Sustainability

INTERNACIONALIZAÇÃO AEP

AEP INTERNATIONALISATION

74

EVENTOS QUE NOS LEVAM MAIS ALÉM
Events that take us further

RADAR INTERNACIONALIZAÇÃO

INTERNATIONALISATION RADAR

80

W4M DIGITAL SOLUTIONS

82

URBAN MOTION

84

OWLPLACES

86

WIIMER

LANÇAMENTOS E ATIVIDADES

AEP LAUNCHINGS AND ACTIVITIES

90

AEP REFORÇA APOIO À INTERNACIONALIZAÇÃO COM MENTORING TEMÁTICO

AEP increases support for internationalisation with thematic mentoring



92

SERVIÇOS
Services

94

CALENDÁRIO
Calendar



 **AEP**
PORTUGAL Business
On the Way

WWW.PORTUGALBUSINESSONTHEWAY.COM



Foto: José Ribeiro

Luís Miguel Ribeiro

Presidente do Conselho
de Administração da AEP
*Chairman of AEP's
Executive Board*

Nos últimos anos, os fatores ESG, originários do acrónimo para *Environmental, Social and Governance*, deixaram de ser complementares ao planeamento estratégico das empresas para se tornarem elementos centrais e determinantes da sua internacionalização. No contexto globalizado em que hoje vivemos, as exigências dos mercados internacionais vão muito além da qualidade dos produtos ou serviços e assiste-se a uma valorização crescente da responsabilidade ambiental, da ética empresarial, da transparência nos processos de decisão e do impacto social das empresas. Neste cenário, as empresas portuguesas encontram nos princípios ESG não só um desafio, mas uma verdadeira oportunidade para se destacarem nos mercados internacionais.

A integração de práticas ESG é, atualmente,

In recent years, ESG factors, originating from the acronym for Environmental, Social and Governance, have gone from being complementary to companies' strategic planning to becoming central and determining elements in their internationalisation. In the globalised context in which we live today, the demands of international markets go far beyond the quality of products or services and there is a growing appreciation of environmental responsibility, business ethics, transparency in decision-making processes and the social impact of companies. In this scenario, Portuguese companies find ESG principles not only a challenge, but a real opportunity to stand out in international markets.

The integration of ESG practices is currently

um critério de seleção nos processos de internacionalização e os mercados e os parceiros de negócio internacionais estão cada vez mais atentos à sustentabilidade e ética empresarial. Mercados como o da União Europeia e o dos Estados Unidos valorizam e exigem que os seus fornecedores cumpram elevados padrões de ESG. Por essa razão, para as empresas portuguesas que desejam expandir-se para as geografias mais exigentes, alinhar-se com os critérios ESG não é apenas uma vantagem competitiva – é, muitas vezes, uma condição essencial de acesso.

Em termos ambientais, a descarbonização das cadeias de valor, a eficiência energética, a gestão sustentável dos recursos e a transição para modelos circulares tornaram-se temas prioritários. Já no plano social, a valorização do capital humano, a inclusão e a igualdade de oportunidades estão cada vez mais na ordem do dia. Empresas com políticas claras de diversidade, condições laborais justas e práticas de bem-estar no trabalho ganham reputação e fidelizam talentos, elementos essenciais para crescer de forma sustentável em ambientes multiculturais e competitivos. Além disso, os consumidores globais demonstram uma preferência crescente por marcas que assumem compromissos sociais concretos, criando valor partilhado com as comunidades onde operam.

Também a dimensão da governação – muitas vezes menos visível, mas igualmente determinante – está ligada à transparência, à ética nos negócios, à gestão de riscos e à responsabilidade corporativa e os mercados internacionais têm vindo a exigir cada vez mais métricas claras e auditáveis sobre a forma como as empresas são geridas. Uma governação sólida e transparente traduz-se em maior credibilidade e acesso a mercados.

Ora, este número da revista *BOW* explora

a selection criterion in internationalisation processes and international markets and business partners are increasingly attentive to sustainability and business ethics. Markets such as the European Union and the United States value and demand that their suppliers fulfil high ESG standards. For this reason, for Portuguese companies wishing to expand into the most demanding geographies, aligning themselves with ESG criteria is not just a competitive advantage - it is often an essential condition of access.

In environmental terms, the decarbonisation of value chains, energy efficiency, sustainable resource management and the transition to circular models have become priority issues. On the social front, valuing human capital, inclusion and equal opportunities are increasingly on the agenda. Companies with clear diversity policies, fair labour conditions and well-being practices at work gain reputation and retain talent, essential elements for sustainable growth in multicultural and competitive environments. In addition, global consumers show a growing preference for brands that make concrete social commitments, creating shared value with the communities where they operate.

The governance dimension – often less visible but equally decisive – is also linked to transparency, business ethics, risk management and corporate responsibility, and international markets are increasingly demanding clear and auditable metrics on how companies are run. Solid, transparent governance translates into greater credibility and access to markets.

This issue of *BOW* explores this intersection between ESG factors and internationalisation. Through important contributions, analyses and data, it consolidates the importance of sustainability as a strategic differentiator for

exatamente essa interseção entre os fatores ESG e a internacionalização, através de importantes contributos, análises e dados, que consolidam a importância da sustentabilidade como diferencial estratégico das empresas portuguesas no mundo.

As PME portuguesas, que representam o grosso do nosso tecido empresarial, têm vindo a demonstrar capacidade de adaptação e inovação no domínio ESG, com impacto direto na sua atratividade internacional e a AEP, também neste âmbito, tem desempenhado um papel crucial no apoio que tem dado às nossas empresas.

São muitas as ações de formação e capacitação em que temos envolvido as empresas exportadoras, a que se juntam ferramentas da maior importância como a Plataforma Portugal Business On The Way (www.portugalbusinessontheway.com) com as suas ferramentas para a internacionalização a que se juntou a plataforma digital BOW Export Compliance Academy (www.bowexportcomplianceacademy.com) centrada na disponibilização de informação referente ao *compliance* para exportar, no âmbito regulatório, quer aduaneiro como de certificações ambientais e outras, bem como de boas práticas de cibersegurança e prevenção da espionagem económica nas relações comerciais internacionais.

Ao abraçarmos, neste número da revista *BOW*, o tema do ESG e os seus impactos na Internacionalização queremos continuar a aprofundar este novo paradigma, em que a internacionalização já não se resume aos processos de exportação, mas que se assume agora como um processo de capacitação, responsabilidade e ética.

Mais uma edição da revista *BOW*, cheia de interesse, informação vital e onde são apresentadas empresas exportadoras de excelência. Uma edição a não perder!

Boa leitura!

Portuguese companies around the world.

Portuguese SMEs, which represent the bulk of our businesses, have been demonstrating their ability to adapt and innovate in the field of ESG, with a direct impact on their international attractiveness, and AEP has also played a crucial role in supporting our companies in this area.


We have organised many training and capacity-building activities for exporting companies, in addition to tools of the utmost importance such as the Portugal Business On The Way Platform (www.portugalbusinessontheway.com) with its internationalisation tools, to which the BOW Export Compliance Academy digital platform (www.bowexportcomplianceacademy.com) has been added, focused on providing information on compliance for exporting, in the regulatory field, both customs and environmental and other certifications, as well as good cybersecurity practices and the prevention of economic espionage in international trade relations.

By embracing the topic of ESG and its impact on internationalisation in this issue of *BOW* magazine, we want to continue to explore this new paradigm, in which internationalisation is no longer limited to exports, but is now a process of empowerment, responsibility and ethics.

Another edition of *BOW* magazine, full of interesting, vital information and showcasing excellent exporting companies. An issue not to be missed!

Enjoy!





ESG e os seus impactos na Internacionalização

*ESG and its impacts
on Internationalisation*



A importância do crescimento económico sustentável - e a vantagem competitiva na internacionalização das empresas

The importance of sustainable economic growth - and competitive advantage in the internationalisation of companies

João Rui Ferreira

Secretário de Estado da Economia
Secretary of State for Economy

Foto: DR

No mundo de hoje, em plena transformação global, enfrentamos desafios consideráveis — mas também oportunidades sem precedentes. A forma como lidamos com eles ditará não apenas o sucesso da nossa economia, mas também a sociedade que iremos deixar às gerações futuras.

Observamos eventos extremos cada vez mais frequentes e tensões político-económicas que estão a impactar profundamente a sociedade e a economia mundial. As alterações climáticas, a limitação de recursos, as desigualdades sociais e os desafios de coesão impõem respostas inovadoras. Os paradigmas tradicionais deixaram de funcionar. É essencial envolvermos o mundo corporativo e integrar a sustentabilidade na base dos nossos modelos económicos e de negócio.

Esta transição implica mobilizar capital público e privado, criar regras estáveis e promover uma regulação eficaz, simplificada, que incentive o investimento verde sem travar o dinamismo empresarial. A inovação deve estar também no centro desta equação. Não haverá crescimento sustentável sem um setor privado vibrante, inovador e gerador de valor económico.

E quando olhamos para a sustentabilidade como motor de inovação e criação de valor, constatamos que são efetivamente ilimitadas as oportunidades para empresas que apostem, por exemplo, na economia circular e na eficiência de recursos (o World Economic Forum estima que o valor de mercado da economia circular poderá atingir os 4,5 biliões de dólares até 2030). Em todos os setores de atividade económica — da

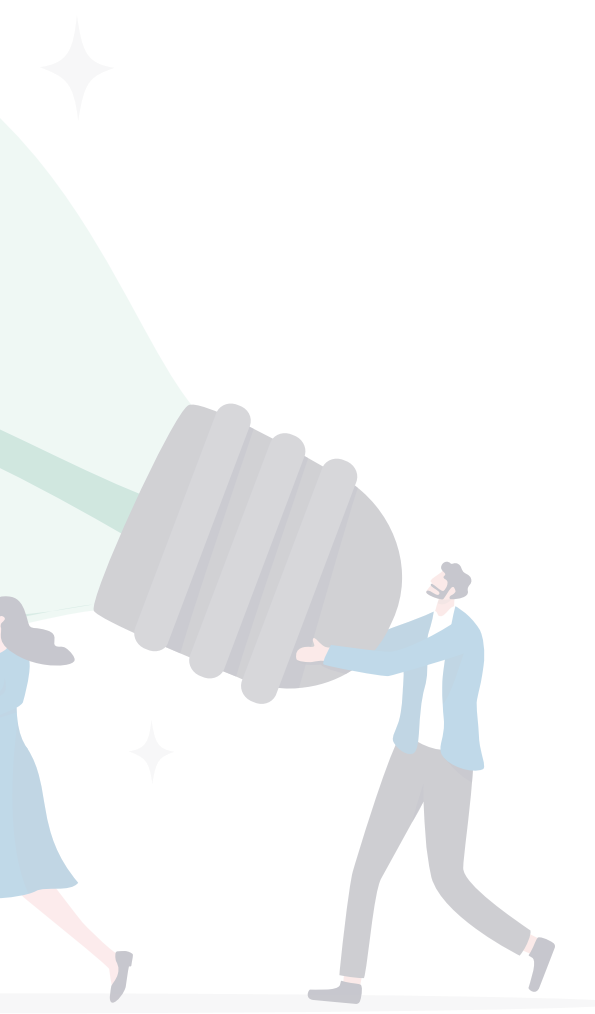
Today's world of global transformation, is marked by considerable challenges — but also unprecedented opportunities. How we deal with them will dictate not only the success of our economy, but also the society we will leave to future generations.

We are witnessing increasingly frequent extreme events and political-economic tensions that are profoundly impacting society and the world economy. Climate change, limited resources, social inequalities and cohesion challenges require innovative responses. Traditional paradigms no longer work. It is essential that we involve the corporate world and integrate sustainability into the basis of our economic and business models.

This transition involves mobilising public and private capital, creating stable rules and promoting effective, simplified regulation that encourages green investment without holding back business dynamism. Innovation must also be at the centre of this equation. There will be no sustainable growth without a vibrant, innovative private sector that generates economic value.

And when we look at sustainability as a driver of innovation and value creation, we realise that the opportunities for companies that invest, for example, in the circular economy and resource efficiency are effectively limitless (the World Economic Forum estimates that the market value of the circular economy could reach 4.5 trillion dollars by 2030). In all sectors of economic activity — from industry to mobility





indústria, à mobilidade – há espaço para reinventar processos, reduzir o desperdício e criar produtos com tempos de vida mais longos.

– there is room to reinvent processes, reduce waste and create products with longer life spans.

ESG É UM CRITÉRIO DE COMPETITIVIDADE GLOBAL

Os dados revelam que empresas alinhadas com critérios ESG atraem mais investimento, mais talento e mais clientes, porque são mais resilientes e têm menores riscos operacionais e financeiros. Mas, se por um lado é verdade que a sustentabilidade está associada a uma preocupação reputacional, por outro, é importante reconhecer que passou também a ser uma exigência dos mercados, de investidores, de parceiros internacionais.

ESG IS A CRITERION OF GLOBAL COMPETITIVENESS

The data shows that companies aligned with ESG criteria attract more investment, more talent and more customers, because they are more resilient and have lower operational and financial risks. But while it is true that sustainability is associated with a reputational concern, it is important to recognise that it has also become a requirement of the markets, investors and international partners.

Ora tal implica custos de contexto muito significativos, empresas a operar no espaço europeu enfrentarão novos desafios e a sua competitividade internacional poderá ser fragilizada. Estamos conscientes desta realidade, temos participado ativamente nas negociações de simplificação regulatória em sede própria, e queremos envolver as empresas como principais parceiros no desenho de políticas públicas.

This implies very significant contextual costs, companies operating in Europe will face new challenges and their international competitiveness could be weakened. We are aware of this reality, we have actively participated in the negotiations for regulatory simplification in our own forum, and we want to involve companies as the main partners in the design of public policies.

O QUE ESTÁ A MUDAR NOS MERCADOS INTERNACIONAIS?

As exigências dos mercados externos estão em rápida evolução.

WHAT'S CHANGING ON THE INTERNATIONAL MARKETS?

The demands of foreign markets are changing rapidly.

Para as empresas com ambições de internacionalização, a adoção de práticas ESG representa hoje uma condição de acesso a cadeias de valor internacionais, já que são chamadas a responder às exigências de clientes globais, investidores institucionais e parceiros comerciais que operam em contextos cada vez mais regulados.

For companies with internationalisation ambitions, the adoption of ESG practices is now a condition for access to international value chains, as they are called upon to respond to the demands of global customers, institutional investors and business partners operating in increasingly regulated contexts.

A UE tem liderado esta transformação, aprovando legislação como a Diretiva sobre Dever de Diligência em Sustentabilidade Empresarial (CS3D), que obriga grandes empresas – e, parceiros comerciais diretos – a identificar, preve-

The EU has led this transformation, approving legislation such as the Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CS3D), which obliges large companies – and direct business partners – to identify, prevent and mitigate negative

nir e mitigar impactos negativos sobre os direitos humanos e o ambiente. Ainda que estas normas incidam diretamente sobre os grandes operadores, elas têm um efeito inevitável de contágio em toda a cadeia de valor, afetando também as pequenas e médias empresas que queiram ser suas fornecedoras ou parceiras comerciais. Outros mercados, como o Japão, Reino Unido e Canadá, seguem a mesma direção, exigindo cada vez mais transparência, responsabilidade ambiental e respeito pelos direitos laborais.

Neste cenário, empresas que não incorporam critérios ESG, arriscam-se a perder oportunidades de negócio ou a enfrentar barreiras não tarifárias no acesso a mercados estratégicos.

Não temos dúvidas de que as práticas ESG são uma oportunidade para Portugal.

A economia portuguesa tem na internacionalização um dos seus pilares de crescimento. E a competitividade externa das empresas nacionais dependerá, cada vez mais, da capacidade de demonstrar alinhamento com padrões internacionais de sustentabilidade. Este é, pois, um momento estratégico para posicionar as nossas empresas como parceiras de confiança em setores como o agroalimentar, o têxtil, a tecnologia e a energia.

Ao adotarem práticas ESG — como a gestão eficiente de recursos, a promoção de condições laborais justas ou a implementação de sistemas de governação transparentes — as nossas empresas não só se tornam mais atrativas a investidores e compradores internacionais, como também reforçam a sua resiliência e capacidade de adaptação a novos desafios regulatórios e de mercado. Além disso, o investimento em ESG abre portas a novos instrumentos de financiamento sustentável, como os fundos europeus com critérios verdes ou as linhas de crédito diferenciadas associadas ao desempenho ambiental e à responsabilidade social.

Este reconhecimento está refletido no programa “Acelerar a Economia”, com a adoção de medidas como a capacitação de executivos de PME em áreas críticas (incluindo descarbonização, circularidade, inovação e digitalização,

impacts on human rights and the environment. Although these regulations directly affect large operators, they inevitably have a contagion effect throughout the value chain, also affecting small and medium-sized companies that want to be their suppliers or business partners. Other markets, such as Japan, the UK and Canada, are moving in the same direction, increasingly demanding transparency, environmental responsibility and respect for labour rights.

In this scenario, companies that don't incorporate ESG criteria risk losing out on business opportunities or facing non-tariff barriers to accessing strategic markets.

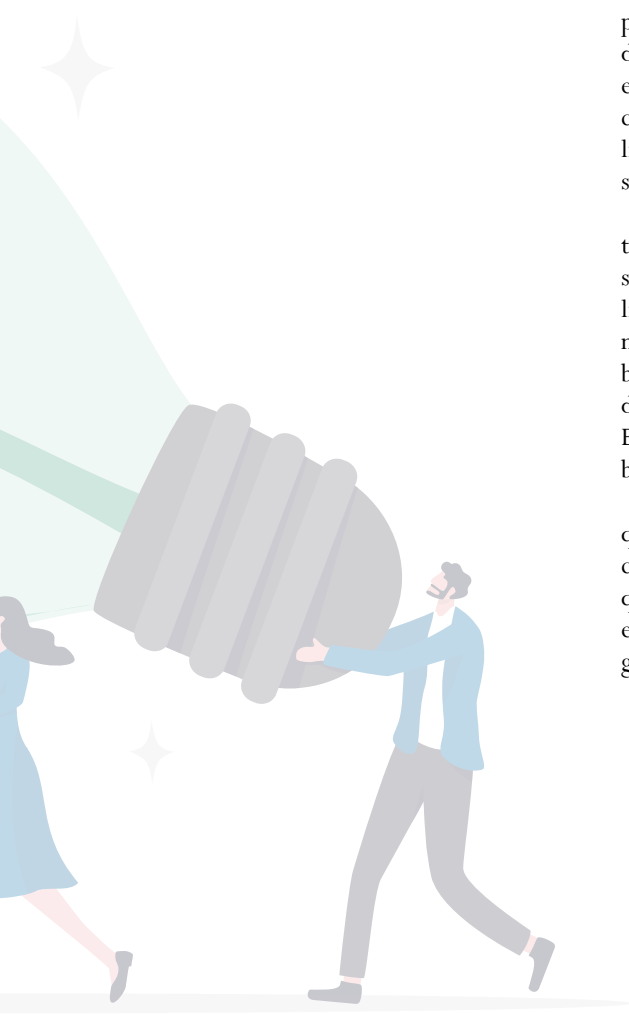
We have no doubt that ESG practices are an opportunity for Portugal.

The Portuguese economy has internationalisation as one of its pillars for growth. And the external competitiveness of Portuguese companies will increasingly depend on their ability to demonstrate alignment with international sustainability standards. This is therefore a strategic moment to position our companies as reliable partners in sectors such as agri-food, textiles, technology and energy.

By adopting ESG practices — such as efficient resource management, promoting fair labour conditions or implementing transparent governance systems — our companies not only become more attractive to international investors and buyers, but also strengthen their resilience and ability to adapt to new regulatory and market challenges. In addition, investing in ESG opens doors to new sustainable financing instruments, such as European funds with green criteria or differentiated credit lines linked to environmental performance and social responsibility.

This recognition is reflected in the "Accelerating the Economy" programme, with the adoption of measures such as the training of SME executives in critical areas (including decarbonisation, circularity, innovation and digitalisation, etc.); the reinforcement of ESG criteria in the merit benchmarks for access to funding and public contracts; and the future





etc); o reforço dos critérios ESG nos referenciais de mérito de acesso a financiamento e contratos públicos; e no futuro lançamento do Prémio PME Compromisso Sustentável, que visa o reconhecimento de todos os que já estão a fazer este caminho e incentivar cada vez mais a adoção de práticas empresariais sustentáveis.

RECOMENDAÇÕES PARA A TRANSIÇÃO ESG NAS EMPRESAS PORTUGUESAS

Para muitas empresas portuguesas, em especial para as PME, o desafio está na capacidade de planear e executar esta transformação com os recursos disponíveis. Algumas recomendações práticas incluem: mapear os riscos ESG na cadeia de fornecimento e nos mercados de destino; estabelecer mecanismos de auditoria e reporte com base em referenciais reconhecidos; formar lideranças e equipas para integrar as questões de sustentabilidade na tomada de decisão.

O International Trade Centre afirmou recentemente que o futuro do comércio internacional será dominado por empresas que saibam conciliar eficiência económica com impacto positivo no planeta e nas comunidades. Portugal está bem posicionado para liderar este movimento, desde que as empresas integrem as preocupações ESG na sua identidade empresarial e na sua ambição global.

O verdadeiro progresso mede-se pelo legado que deixamos às gerações futuras, e portanto, o crescimento económico é tanto mais sustentável quanto maior for o esforço coletivo nesta tarefa e responsabilidade partilhada entre empresas, governos e sociedade civil.

launch of the SME Sustainable Commitment Award, which aims to recognise all those who are already committed to this path and to increasingly encourage the adoption of sustainable business practices.

RECOMMENDATIONS FOR THE ESG TRANSITION IN PORTUGUESE COMPANIES

For many Portuguese companies, especially SMEs, the challenge lies in the ability to plan and execute this transformation with the resources available. Some practical recommendations include: mapping ESG risks in the supply chain and destination markets; establishing auditing and reporting mechanisms based on recognised benchmarks; training leaders and teams to integrate sustainability issues into decision-making.

The International Trade Centre recently stated that the future of international trade will be dominated by companies that know how to reconcile economic efficiency with a positive impact on the planet and communities. Portugal is well placed to lead this movement, provided that companies integrate ESG concerns into their corporate identity and global ambition.

True progress is measured by the legacy we leave future generations, and therefore economic growth is all the more sustainable the greater the collective effort in this task and shared responsibility between companies, governments and civil society.



ESG, impacto na Internacionalização

The impact of ESG on Internationalisation

Mário Parra da Silva

Presidente da UN Global Compact Network Portugal
President of UN Global Compact Network Portugal

Antes de mais clarifique-se o conceito: ESG é uma *framework* para Relato de Sustentabilidade. Ao contrário do que fontes apressadas em “apanhar o comboio” difundiram ESG não é uma nova designação do Desenvolvimento Sustentável, que continua caracterizado na Agenda 2030 das Nações Unidas e nos seus ODS e que é uma orientação global para um novo modelo de criação de Valor em equilíbrio com as necessidades das Pessoas e do Planeta.

O Relato sobre o desempenho em Sustentabilidade deverá ser estruturado em questões ambientais (E), em impactos sociais (S) e na forma com a Organização se estrutura e protege de riscos associados ao seu próprio funcionamento e como se propõe gerir as questões antes elencadas.

O Relato ESG é essencial para proporcionar aos *Stakeholders* (Partes Interessadas) informação sobre os riscos (e oportunidades) que a Organização que reporta, identificadas nas suas operações e interações com o seu ecossistema Social – as Pessoas e com o seu ecossistema Ambiental – o Planeta, outra sigla poderá ser GPP - Governance for People and Planet, aliás já usada pelas Nações Unidas (UNDP).

Assim, os Mercados Financeiros são os mais exigentes neste domínio de modo a proteger investimentos com informação qualificada e verificada por terceira parte. Bancos, Fornecedores e Clientes também desejam essa informação conforme se torna mais crítica a necessidade de assegurar a minimização de riscos na Cadeia de Valor e a integridade das operações ao longo de um percurso que tende para a Circularidade.

A evidente urgência do combate às Alterações Climáticas (que ninguém nega) levou a um certo alarmismo e tendência para uma corrida às múltiplas formas de mitigação identificadas. Mas o que o desenvolvimento Industrial pro-

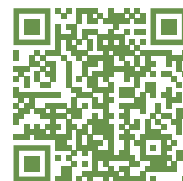
First of all, let's clarify the concept: ESG is a framework for Sustainability Reporting. Contrary to what sources rushing to "get on the bandwagon" have said, ESG is not a new name for Sustainable Development, which continues to be characterised in the UN Agenda 2030 and its SDGs and is a global guideline for a new model for creating Value in balance with the needs of People and the Planet.

Reporting on sustainability performance should be structured around environmental issues (E), social impacts (S) and the way in which the organisation structures itself and protects itself from risks associated with its own operation and how it proposes to manage the issues listed above.

ESG reporting is essential to provide stakeholders with information on the risks (and opportunities) that the reporting organisation identifies in its operations and interactions with its social ecosystem: people; and its environmental ecosystem: the planet. Another acronym could be GPP – Governance for People and Planet, which is already used by the United Nations (UNDP).

This explains why the financial markets are the most demanding in this field, to protect investments with qualified and independently verified information. Banks, suppliers and customers also want this information as the need to ensure the minimisation of risks in the Value Chain and the integrity of operations along a path towards Circularity becomes more critical.

The obvious urgency of combating climate change (which nobody denies) has led to a certain alarmism and a tendency to rush into the many forms of mitigation that have been identified. But what Industrial development has caused since the beginning of Consumerism in the 1950s cannot be reversed by decrees from the European Union, whose famous directives have tended to ignore the



vocou desde o início do Consumismo nos anos 50 do passado Século, não se pode reverter por decretos da União Europeia cujas famosas Diretivas tenderam a ignorar que a revolução Industrial não trouxe só impactos Ambientais mas também criou empregos e um nível de prosperidade sem precedentes.

O Relatório Draghi enfatizou a imperiosa necessidade de transitar para um novo modelo de Desenvolvimento sem destruir a Competitividade do Espaço Económico Europeu, ou seja, de fazer a transição COM as Empresas e não contra elas, a mesma abordagem que o UN Global Compact (a única entidade das Nações Unidas dedicada ao mundo Empresarial) sempre seguiu, superando os clichés ainda herdados da diabolização do lucro empresarial.

São precisamente as Empresas que aceitaram como bem-vindo o ajuste do Omnibus mas continuam firmes nas suas políticas de Sustentabilidade porque elas são claramente alavancas de mudança para maior e melhor adaptação ao Mercado, enquanto geram Inovação em todos os domínios organizacionais. O Desenvolvimento Sustentável necessita de tempo para plena implementação e produção de efeitos. Infelizmente não podemos subitamente descontinuar um imenso aparelho produtivo sem disrupção social, por muito que seja para todos clara a emergência Climática.

As notícias da morte da Agenda 2030 das Nações Unidas são manifestamente exageradas, para usar uma imagem consagrada. De facto, o espaço noticioso tem sido dominado por dois *sound bites* convergentes – o que seria um terrível recuo da Comissão Europeia com o Omnibus e as políticas do Governo dos Estados Unidos. Prefiro ver para lá do ruído noticioso, dominado pelo imediatismo. É evidente a necessidade de reindustrializar a Europa e os EUA, excessivamente entregues a uma euforia do Capital Financeiro que remeteu para bem longe as indústrias e os seus impactos ambientais e trabalhistas. Mas o que era longe tornou-se vizinho na escala do Planeta. A Pandemia (mas não só) mostrou como estamos vulneráveis, como temos a Segurança ameaçada por um desequilíbrio produtivo que esvazia Empregos e Propósito às Organizações.

Decorre globalmente a maior transformação económica, e por consequência política, desde a Segunda Guerra. O enorme ruído noticioso sobre as variações de políticas na Casa Branca ofusca a realidade – a economia do futuro

fact that the Industrial revolution has not only brought environmental impacts but has also created jobs and an unprecedented level of prosperity.

The Draghi Report emphasised the imperative need to transition to a new development model without destroying the competitiveness of the European Economic Area, in other words, to make the transition WITH companies and not against them, the same approach that the UN Global Compact (the only United Nations entity dedicated to the world of business) has always followed, overcoming the clichés inherited from the demonisation of corporate profit.

These are precisely the companies that have welcomed the Omnibus adjustment but remain steadfast in their sustainability policies because they are clear levers of change for greater and better adaptation to the market, while generating innovation in all organisational areas. Sustainable Development needs time to be fully implemented and take effect. Unfortunately, we can't suddenly discontinue an immense productive apparatus without social disruption, no matter how clear the climate emergency is to everyone.

The news of the death of the United Nations' 2030 Agenda, to use a well-established phrase, is clearly exaggerated. In fact, the news space has been dominated by two converging "sound bites" – how the Omnibus would be a terrible setback for the European Commission, and the policies of the United States government. I prefer to look beyond the buzz, dominated by the news cycle. The need to reindustrialise Europe and the US is obvious, as they have been too caught up in the euphoria of Financial Capital, which has pushed industries and their environmental and labour impacts far away. But what was far away has become a neighbour at a planetary scale. The pandemic (but not only) has shown how vulnerable we are, how our security is threatened by a productive imbalance that is draining organisations of jobs and purpose.

The greatest economic, and therefore political, transformation since the Second World War is taking place globally. The enormous noise in the news about policy changes in the White House obscures the reality – the economy of the future will be more international but also closer to home, more circular, more about experiences than things, more decentralised, more

será mais internacional mas também de proximidade, mais circular, mais de experiências do que de coisas, mais descentralizada, mais digital, mais de fazer e sentir do que de ter, mais humana, diversa e inclusiva, sem deixar de exigir mérito e competência, mais igualitária, mas geradora de novas desigualdades e exclusões, mais Universal e menos global.

Teremos um enorme salto produtivo alavancado pela Inteligência Artificial, uma nova e desafiante ferramenta, que impulsionará a Inteligência Humana para níveis ainda insuspeitados, mas que criará nos próximos anos transformações no Ensino, na Saúde, e inevitavelmente nos mercados de Trabalho.

O Relato de Sustentabilidade veio para ficar. As Organizações do futuro não são corpos estranhos, predadoras e gananciosas como a luta de classes do século XIX as descreveu. São uma componente do Ecossistema Produtivo e Social que gera riqueza e que se confunde com a Sociedade no seu todo e que ultrapassa fronteiras para abarcar todo o Mundo. A nova Lei é a da Interdependência, como sublinha o Secretário-Geral António Guterres.

Para uma Organização relatar o que está a fazer e como executará o seu Propósito será uma consequência normal da sua Responsabilidade Social, da licença para operar que a Sociedade concedeu ao atribuir um NIPC, com o concomitante compromisso de proteção na Justiça, segurança nas ruas, na circulação de mercadorias, direitos e obrigações das Pessoas, serviços financeiros, telecomunicações, escolas, restaurantes, sistemas de transporte, etc. Para criar Valor a Organização precisa de uma Sociedade saudável e funcional. A Sociedade precisa de Organizações que criem riqueza para distribuição justa por todo o Ecossistema. Haverá sempre tensões e desequilíbrios, mas essa é a condição e característica da própria Vida.

digital, more about doing and feeling than about having, more human, diverse and inclusive, while still demanding merit and competence, more egalitarian but generating new inequalities and exclusions, more universal and less global.

We will see an enormous leap in production leveraged by Artificial Intelligence, a new and challenging tool that will boost Human Intelligence to as yet unsuspected levels, but which in the coming years will create transformations in Education, Health and inevitably in the Labour markets.

Sustainability reporting is here to stay. Organisations of the future are not foreign bodies, predatory and greedy as the class struggle of the 19th century described them. They are a component of the Productive and Social Ecosystem that generates wealth and is intertwined with Society as a whole, transcending borders to encompass the whole world. The new law is that of interdependence, as UN Secretary General António Guterres emphasises.

For an Organisation to report on what it is doing and how it will carry out its Purpose will be a normal consequence of its Social Responsibility, of the licence to operate that Society has granted by bestowing an NIPC, with the concomitant commitment to protection in the courts, safety on the streets, in the movement of goods, people's rights and obligations, financial services, telecommunications, schools, restaurants, transport systems, etc. To create value, an organisation needs a healthy and functional society. Society needs Organisations that create wealth for fair distribution throughout the Ecosystem. There will always be tensions and imbalances, but this is the condition and characteristic of Life itself.



CERTIFICADOS DE ORIGEM

GARANTA A CERTIFICAÇÃO DE ORIGEM DO SEU PRODUTO,
AUMENTE AS SUAS EXPORTAÇÕES



CERTIFICADOS DE ORIGEM COM A AEP SÃO SIMPLES E RÁPIDOS!

O Certificado de Origem permite aos exportadores nacionais atestar a origem dos seus produtos. É um documento fornecido pelo exportador e utilizado pelo importador, para comprovação da origem da mercadoria.

O prazo de emissão do Certificado de Origem é, em condições normais, de 24 horas.

Os certificados de origem têm um custo variável em função do valor da mercadoria.

Como pedir o certificado?

O pedido de emissão do Certificado de Origem é feito online (www.aeportugal.pt), sendo necessário:

- Preencher o formulário de pedido de emissão do Certificado de Origem;
- Submeter o formulário e respetivos anexos de acordo com as instruções de preenchimento contidas no próprio formulário.

Receber o certificado

Presencialmente:

Levantamento presencial nas nossas instalações (AEP – Av. Dr. António Macedo, 196, Leça da Palmeira) tendo para o efeito de

entregar os seguintes elementos:

- Pedido de Emissão devidamente carimbado e assinado em original, que deverá imprimir após a submissão com sucesso;
- Cópia legível da fatura com carimbo e assinatura em original.

No caso dos certificados de origem levantados presencialmente, o serviço será pago no ato de entrega.

Ou envio por correio:

Envio por email do Pedido de Emissão devidamente carimbado e assinado que deverá imprimir após a submissão com sucesso e cópia legível da factura com carimbo e assinatura em original.

Posterior envio por correio dos documentos carimbados e assinados em original.



**DESCONTO
ESPECIAL PARA
ASSOCIADOS**

WWW.AEPORTUGAL.PT



ESG: Um Passaporte Estratégico para a Internacionalização Sustentável

*ESG: A Strategic Passport to Sustainable
Internationalisation*

Isabel Barros

Presidente do GRACE – Empresas Responsáveis
President of GRACE - Responsible Companies

Num mundo cada vez mais exigente e interligado, os critérios ESG – *Environmental, Social and Governance* – afirmam-se progressivamente como um fator distintivo. Para as empresas portuguesas que ambicionam crescer além-fronteiras, integrar os princípios da sustentabilidade na sua estratégia, proposta de valor e práticas de gestão deixou de ser uma questão de mera reputação para se tornar numa vantagem competitiva concreta.

A internacionalização, hoje, não se faz apenas com bons produtos ou serviços. Parceiros, investidores, clientes e reguladores avaliam os compromissos de sustentabilidade como prova de solidez, resiliência e visão de longo prazo.

A União Europeia tem sido uma das principais alavancas desta transformação. Iniciativas como o Pacto Ecológico Europeu, a Taxonomia Verde, o Regulamento Antidesflorestação e a nova Diretiva de Reporte de Sustentabilidade (CSRD) – recentemente sujeita a um processo de simplificação – estão a definir novos padrões de atuação empresarial. O cumprimento destas exigências não só abre portas a mercados altamente regulados como reforça a credibilidade das empresas junto de parceiros internacionais.

Neste panorama, a sustentabilidade torna-se ainda mais relevante, não apenas como um fator de diferenciação, mas como um elemento essencial para garantir a resiliência da cadeia de valor. Empresas que adotam práticas responsáveis e sustentáveis estão mais bem preparadas para enfrentar incertezas e mitigar riscos associados a mudanças abruptas nos mercados e cadeias onde operam.

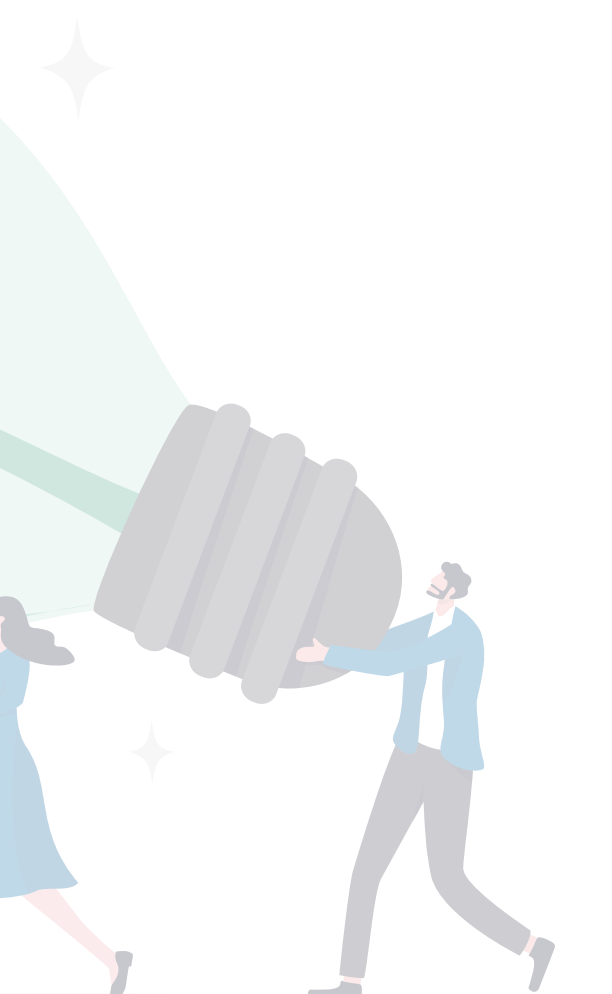
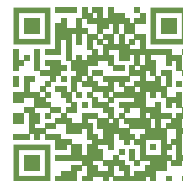
In an increasingly demanding and interconnected world, ESG – Environmental, Social and Governance – criteria are progressively becoming a distinctive factor. For Portuguese companies with ambitions to grow across borders, integrating sustainability principles into their strategy, value proposition and management practices is no longer a matter of mere reputation, but a real competitive advantage.

Internationalisation today is not just about good products or services. Partners, investors, clients and regulators evaluate sustainability commitments as proof of solidity, resilience and long-term vision.

The European Union has been one of the main levers of this transformation. Initiatives such as the European Green Deal, the Green Taxonomy, the Anti-Deforestation Regulation and the new Sustainability Reporting Directive (CSRD) – which recently underwent a simplification process – are setting new standards for corporate behaviour. Complying with these requirements not only opens doors to highly regulated markets, but also strengthens companies' credibility with international partners.

In this scenario, sustainability is becoming even more relevant, not just as a differentiating factor, but as an essential element in guaranteeing the resilience of the value chain. Companies that adopt responsible and sustainable practices are better prepared to face uncertainties and mitigate risks associated with abrupt changes in the markets and chains in which they operate.





No caso português, este é um momento-chave. Muitas empresas, nomeadamente PME, têm uma forte vocação exportadora, mas nem sempre contam com os recursos para acompanhar esta evolução. A boa notícia é que os princípios da sustentabilidade podem ser incorporados progressivamente, começando por áreas com impacto direto, como a eficiência energética, a circularidade ou a saúde, segurança e bem-estar dos trabalhadores. Cada passo conta e contribui para construir uma trajetória sólida e credível de compromisso com a sustentabilidade. Cada passo é um investimento na competitividade futura.

No GRACE – Empresas Responsáveis, temos vindo a apoiar o tecido empresarial nacional nesta jornada. Acreditamos que a sustentabilidade é um verdadeiro motor de inovação, diferenciação e crescimento sustentável. Quando bem integrada na estratégia de negócio, transforma-se numa alavanca poderosa para a conquista de novos mercados.

Num mundo onde a sustentabilidade deixou de ser uma opção para se tornar uma exigência, integrar os critérios ESG é mais do que uma responsabilidade – é uma oportunidade. Empresas que compreendem este novo paradigma não só garantem acesso a mercados estratégicos, como constroem um legado de inovação, resiliência e impacto positivo.

In the case of Portugal, this is a key moment. Many companies, particularly SMEs, have a strong export vocation, but don't always have the resources to keep up with this evolution. The good news is that sustainability principles can be incorporated progressively, starting with areas that have a direct impact, such as energy efficiency, circularity or the health, safety and well-being of workers. Every step counts, and contributes to building a solid and credible path of commitment to sustainability. Each step is an investment in future competitiveness.

At GRACE – Responsible Companies, we have been supporting the national business community on this journey. We believe that sustainability is a real driver of innovation, differentiation and sustainable growth. When well-integrated into the business strategy, it becomes a powerful lever for conquering new markets.

In a world where sustainability is no longer an option but a requirement, integrating ESG criteria is more than a responsibility – it's an opportunity. Companies that understand this new paradigm not only guarantee access to strategic markets, but also build a legacy of innovation, resilience and positive impact.



Foto: DR

Governance: alavanca para o crescimento e internacionalização das empresas portuguesas

Governance: a lever for the growth and internationalisation of Portuguese companies

Carlos Moreira da Silva

Presidente da Associação Business Roundtable Portugal
President of Associação Business Roundtable Portugal

Portugal tem sabido criar empresas. Todos os anos, dezenas de milhares de novos negócios ganham forma – mais de 246 mil só em 2023¹ –, sinal de um ecossistema empreendedor que pulsa entre *hubs* de inovação, *startups* tecnológicas e novos negócios locais. Existe talento, iniciativa e vontade de fazer diferente. Mas o verdadeiro desafio já não está em começar. Está em continuar. Em crescer. Em escalar. Precisamos de mais empresas que sobrevivam ao tempo e o transcendam, que deixem de ser apenas novas e passem a ser grandes.

Mas essa ambição de crescer colide com a realidade estrutural do nosso tecido empresarial, porque continuamos a ser, sobretudo, um país de microempresas. Mais de 95% das empresas em Portugal têm menos de 10 trabalhadores². Isto traduz-se num tecido económico com menos produtividade, menos capacidade de investimento, menos criação de riqueza e salários mais baixos. A verdade é dura: a maioria das empresas portuguesas cresce até ao limite físico do seu fundador. Porque falta-lhes o que verdadeiramente permite escalar – um modelo de *governance* profissional.

E é precisamente essa limitação que torna a escala tão difícil de atingir. A escala importa. Não apenas por uma questão de dimensão, mas sobretudo porque o crescimento traz consigo maior produtividade, maior capacidade de criar riqueza, de inovar, de atrair talento e de internacionalizar. Um trabalhador de uma grande empresa em Portugal gera, em média, 2,5 vezes mais riqueza do que um trabalhador de uma microempresa. E é esta maior produtividade que permite pagar melhores salários e criar mais oportunidades.

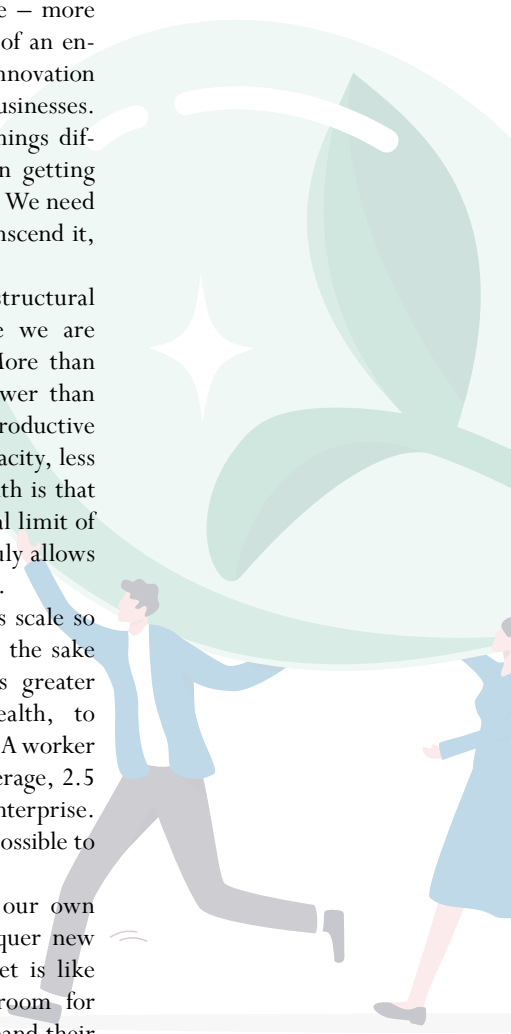
Escala que não se pode esgotar apenas dentro de portas: exige visão e ambição para conquistar novos mercados. Crescer só no mercado interno é como correr numa

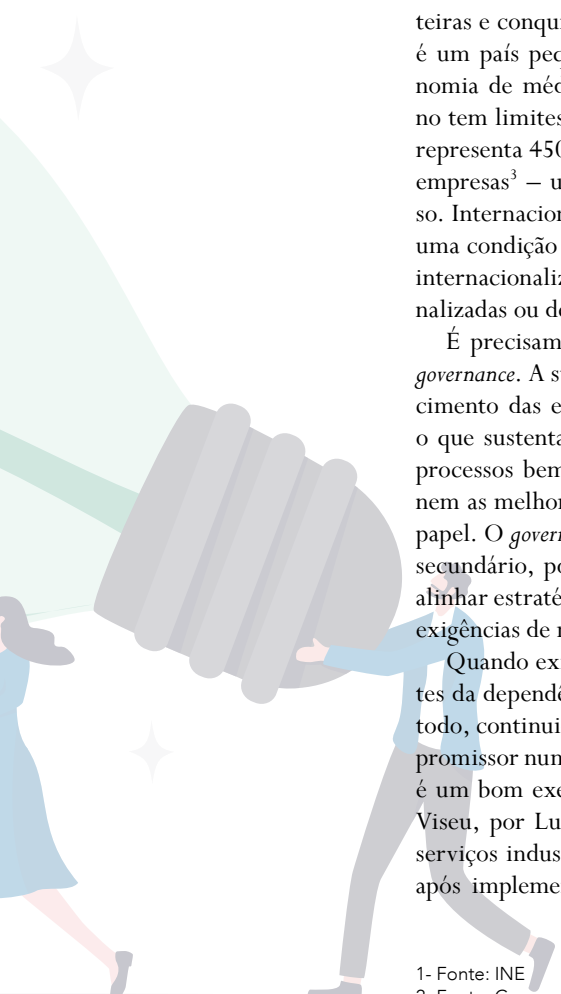
Portugal has been able to create companies. Every year, tens of thousands of new businesses take shape – more than 246,000 in 2023¹ alone – which is a sign of an entrepreneurial ecosystem that pulses between innovation hubs, technological start-ups and new local businesses. There is talent, initiative and the will to do things differently. But the real challenge is no longer in getting started. It's in continuing. Growing. Scaling up. We need more companies that survive over time and transcend it, that stop being just new, and become big.

But this ambition to grow clashes with the structural reality of our business environment, because we are still mainly a country of micro-enterprises. More than 95 per cent of companies in Portugal have fewer than 10 employees². This translates into a less productive economic environment with less investment capacity, less wealth creation and lower wages. The hard truth is that most Portuguese companies grow to the physical limit of their founder. This is because they lack what truly allows them to scale – a professional governance model.

And it is precisely this limitation that makes scale so difficult to achieve. Scale matters. Not just for the sake of size, but above all because growth brings greater productivity, greater capacity to create wealth, to innovate, to attract talent and to internationalise. A worker in a large company in Portugal generates, on average, 2.5 times more wealth than a worker in a micro-enterprise. And it is this greater productivity that makes it possible to pay better wages and create more opportunities.

To achieve scale that can't be held within our own borders you need vision and ambition to conquer new markets. Growing only in the domestic market is like running on a short track: there is limited room for progress. To truly grow, companies need to expand their





pista curta: o espaço para avançar é limitado. Para crescer verdadeiramente, as empresas precisam de expandir fronteiras e conquistar mercados internacionais. Portugal não é um país pequeno. À escala europeia, somos uma economia de média dimensão. Mas o nosso mercado interno tem limites. A União Europeia, de que fazemos parte, representa 450 milhões de consumidores e 26 milhões de empresas³ – um mercado 43 vezes maior do que o nosso. Internacionalizar, hoje, não é uma ambição distante: é uma condição para o crescimento sustentável. E ninguém internacionaliza com estruturas frágeis, pouco profissionalizadas ou dependentes do impulso individual.

É precisamente aqui que entra o papel estrutural do *governance*. A sua falta é a principal razão que limita o crescimento das empresas e dos três pilares do ESG, o G é o que sustenta os outros dois. Sem uma liderança clara, processos bem definidos e uma gestão profissionalizada, nem as melhores intenções ambientais ou sociais saem do papel. O *governance* não deve ser entendido como um tema secundário, porque se trata da base que permite escalar, alinhar estratégia e execução, atrair talento e responder às exigências de mercados mais competitivos.

Quando existe, o *governance* liberta o negócio dos limites da dependência absoluta do seu fundador. Dá-lhe método, continuidade e visão. É o que transforma um projeto promissor numa empresa maior e com futuro. A Meivcore é um bom exemplo desse percurso: criada em 2013, em Viseu, por Luís Aguiar e Marco Amorim, a empresa de serviços industriais cresceu 133% nos últimos dois anos, após implementar melhorias estruturais no seu modelo

borders and conquer international markets. Portugal is not a small country. On a European scale, we are a medium-sized economy. But our internal market has its limits. The European Union, of which we are a part, represents 450 million consumers and 26 million companies³ – a market 43 times larger than ours. Today, internationalisation is not a distant ambition: it is a condition for sustainable growth. And nobody internationalises with fragile, unprofessionalised structures or dependent on individual drive.

This is precisely where the structural role of governance comes in. Its absence is the main factor that limits the growth of companies and of the three pillars of ESG, G is what sustains the other two. Without clear leadership, well-defined processes and professionalised management, not even the best environmental or social intentions make it off the drawing board. Governance should not be seen as a secondary issue, because it is the basis for scaling, aligning strategy and execution, attracting talent and responding to the demands of more competitive markets.

When it exists, governance frees the business from the limits of absolute dependence on its founder. It gives it method, continuity and vision. It's what turns a promising project into a bigger company with a future. Meivcore is a good example of this: founded in 2013 in Viseu by Luís Aguiar and Marco Amorim, the industrial services company has grown by 133% over the past two years after implementing structural improvements to its governance model. Today, it has six locations in Portugal and already operates in Spain and France.

1- Fonte: INE

2- Fonte: Comparar Para Crescer, BRP

3- Fonte: Comissão Europeia (Single Market Strategy), Expresso: Portugal nunca teve tantos habitantes

de *governance*. Hoje, está presente em seis localizações em Portugal, e já opera em Espanha e França.

Casos como este mostram que, com as condições certas, é possível transformar potencial em escala. Para que mais empresas possam fazer esse caminho, a Associação Business Roundtable Portugal (BRP) criou o programa [Metamorfose](#), que apoia PME e *Mid Caps* portuguesas a profissionalizar as suas estruturas de *governance*, com vista ao crescimento sustentado e à internacionalização. **Este programa disponibiliza, gratuitamente, três ferramentas práticas:**

Um [Guia de Boas Práticas de Governance](#), com conceitos, instrumentos e exemplos aplicáveis à realidade portuguesa;

Um [Scoring de autoavaliação](#), para que cada empresa possa diagnosticar o seu grau de maturidade em *governance*;

Uma [Bolsa de Conselheiros](#), que permite o acesso a *advisors* qualificados, com experiência e visão estratégica.

Portugal pode ser muito melhor. Mas para isso, precisamos de mais empresas grandes. Empresas que fiquem. Que cresçam. Que levem o país consigo. E isso começa com uma decisão: investir em *governance* para crescer com

Cases like this show that, with the right conditions, it is possible to turn potential into scale. So that more companies can make this journey, the Business Roundtable Portugal Association (BRP) created the [Metamorfose](#) programme, which supports Portuguese SMEs and Mid Caps to professionalise their governance structures with a view to sustained growth and internationalisation. **This programme offers three practical tools free of charge:**

A [Guide to Good Governance Practices](#), with concepts, tools and examples applicable to the Portuguese reality

A [self-assessment score](#), so that each company can diagnose its level of governance maturity;

An [Advisors' Exchange](#), which gives access to qualified advisors with experience and strategic vision.

Portugal can be much better. But for that, we need more big companies. Companies that endure. That grow. That take the country with them. And that starts with one decision: to invest in governance in order to grow consistently.



PARCERIAS ESTRATÉGICAS

UNIR ESFORÇOS PARA MELHOR APOIAR AS EMPRESAS

São cada vez mais as entidades que se associam à AEP – Associação Empresarial de Portugal no desenvolvimento do seu trabalho de internacionalização junto das empresas nossas associadas.



accenture

CBS creative building
solutions

CH | Business
Consulting.

Deloitte.

KPMG



DSV

Global Transport and Logistics

marketaccess
EXPERTS IN INTERNATIONAL BUSINESS


SPEDYCARGO
TRANSITÁRIOS


TopAtlântico

W WIDE WISDOM
CONSULTING

WWW.AEPORTUGAL.PT



Foto: DR

Para além da regulação: sustentabilidade como estratégia económica

Beyond regulation: sustainability as an economic strategy

Graça Fonseca

Co-fundadora da Because Impacts
Professora na Nova SBE
*Co-founder of Because Impacts
Professor at Nova SBE*

Há décadas que cientistas nos alertam sobre o aquecimento sem precedentes do Planeta. A temperatura média global já ultrapassou 1,5°C acima dos níveis pré-industriais, e sabemos porquê. A influência humana no aquecimento global evoluiu de teoria para facto incontestável, e os combustíveis fósseis são a causa principal.

Os impactos das alterações climáticas na nossa vida são evidentes: ondas de calor intensas, incêndios devastadores, secas prolongadas, chuvas torrenciais e tempestades destrutivas. Estes fenómenos matam pessoas, destroem comunidades e causam perdas económicas gigantescas. As alterações climáticas não são teoria distante, são uma força exponencial que já está a redesenhar a economia global.

Mesmo num cenário de redução drástica das emissões, estudos indicam que a economia mundial enfrenta o risco de redução em 19% do PIB até 2050. A ciência é clara: sem ação urgente para descarbonizar, remover carbono e regenerar a natureza, as perdas económicas serão elevadíssimas.

O Planeta não espera por convicções políticas.

O pêndulo político pode oscilar entre maior ou menor defesa do Planeta, mas a realidade física não se altera por efeito de convicções políticas. Os eventos climáticos extremos vão continuar a afetar severamente a vida das pessoas, das organizações, das comunidades. Nada fazer ou adiar investimentos na mudança são as piores escolhas para o futuro.

Nos últimos anos, o panorama global de atuação climática transformou três dimensões

For decades, scientists have been warning us about the unprecedented warming of the planet. The average global temperature has already exceeded pre-industrial levels by 1.5°C, and we know why. Human influence on global warming has evolved from theory to indisputable fact, and fossil fuels are the main cause.

The impacts of climate change on our lives are obvious: intense heatwaves, devastating fires, prolonged droughts, torrential rains and destructive storms. These phenomena kill people, destroy communities and cause huge economic losses. Climate change is not a distant theory; it is an exponential force that is already reshaping the global economy.

Even in a scenario where emissions are drastically reduced, studies indicate that the world economy faces the risk of a 19 per cent reduction in GDP by 2050. The science is clear: without urgent action to decarbonise, remove carbon and regenerate nature, the economic losses will be enormous.

The planet won't wait for political consensus.

The political pendulum may swing between greater or lesser defence of the planet, but physical reality does not change as a result of political convictions. Extreme weather events will continue to severely affect the lives of people, organisations and communities. Doing nothing or postponing investments in change are the worst choices for the future.

In recent years, the global climate action landscape has transformed three relevant dimensions for companies: regulation, investment and people.





relevantes para as empresas: regulação, investimento e pessoas.

O crescimento de requisitos ESG (*Environmental, Social, and Governance*) transformou o panorama empresarial, especialmente para empresas exportadoras, sujeitas a maiores exigências para adotar padrões internacionais de sustentabilidade. Diretivas europeias como CSRD e CS3D impõem novos desafios, incluindo procedimentos de *due diligence* em toda a cadeia de valor.

O acesso a investimentos e financiamentos está cada vez mais condicionado à verificação de requisitos ESG e à demonstração do critério "No Significant Harm", fundamental, nomeadamente, para aceder a fundos europeus e internacionais.

As pessoas também mudaram. As novas gerações, especialmente a geração Z, querem saber o que compram e para quem trabalham, exigindo compromissos e ações concretas de defesa do Planeta por parte das empresas.

Estas transformações são irreversíveis. As empresas que não se adaptarem enfrentam o risco de extinção ou perda de relevância competitiva; por outro lado, aquelas que compreenderem que, para além da conformidade regulatória, a transformação ambiental e social representa também uma resposta racional aos riscos existenciais e uma poderosa estratégia de diferenciação, estarão melhor posicionadas para o futuro.

Portugal tem um potencial quase único numa economia global de baixo carbono. De acordo com dados do Eurostat, somos o segundo país da União Europeia que mais produziu eletricidade a partir de energia renovável em 2024 (87,4%). Assim, produtos fabricados em Portugal tendem a ter pegada carbónica naturalmente mais baixa. Aliando este fator aos investimentos setoriais em curso de

The growth of ESG (Environmental, Social, and Governance) requirements has transformed the business landscape, especially for exporting companies, which are subject to greater demands to adopt international sustainability standards. European directives such as CSRD and CS3D impose new challenges, including due diligence procedures throughout the value chain.

Access to investment and financing is increasingly conditional on verification of ESG requirements and demonstration of the "No Significant Harm" criterion, which is fundamental, in particular, for access to European and international funds.

People have changed too. The new generations, especially Generation Z, want to know what they are buying and who they are working for, demanding commitments and concrete actions from companies in defence of the planet.

These changes are irreversible. Companies that fail to adapt face the risk of extinction or loss of competitive relevance; on the other hand, those that realise that, in addition to regulatory compliance, environmental and social transformation also represents a rational response to existential risks and a powerful differentiation strategy, will be better positioned for the future.

Portugal has an almost unique potential in a global low-carbon economy. According to Eurostat data, we are the second country in the European Union to produce the most electricity from renewable energy in 2024 (87.4 per cent). Therefore, products manufactured in Portugal tend to have a naturally lower carbon footprint. Combining this factor with ongoing sectoral decarbonisation investments in different national industries, products made in Portugal

descarbonização em diferentes indústrias nacionais, os produtos feitos em Portugal poderiam estar a ser promovidos como os produtos de menor pegada carbónica do mundo. Em Portugal, a descarbonização representa uma oportunidade estratégica única para os nossos produtos, algo que deveria ser uma missão nacional prioritária.

Uma empresa que diversifique fontes energéticas e descarbonize operações reduz dependências e adapta-se a condições extremas, garantindo, simultaneamente, sobrevivência e competitividade pela diferenciação baixo carbono, fator decisivo em processos concorrenciais globais. Esta vantagem no pilar ambiental, complementada com excelência no pilar social da sustentabilidade, potencia significativamente a internacionalização das empresas portuguesas.

Produtos concebidos sob o princípio "Low Carbon Footprint, High Social Handprint" conquistam acesso a mercados com critérios mais rigorosos, correspondem às crescentes exigências de reguladores, investidores e consumidores conscientes e resistem às transformações da economia global. São, verdadeiramente, produtos à prova de futuro.

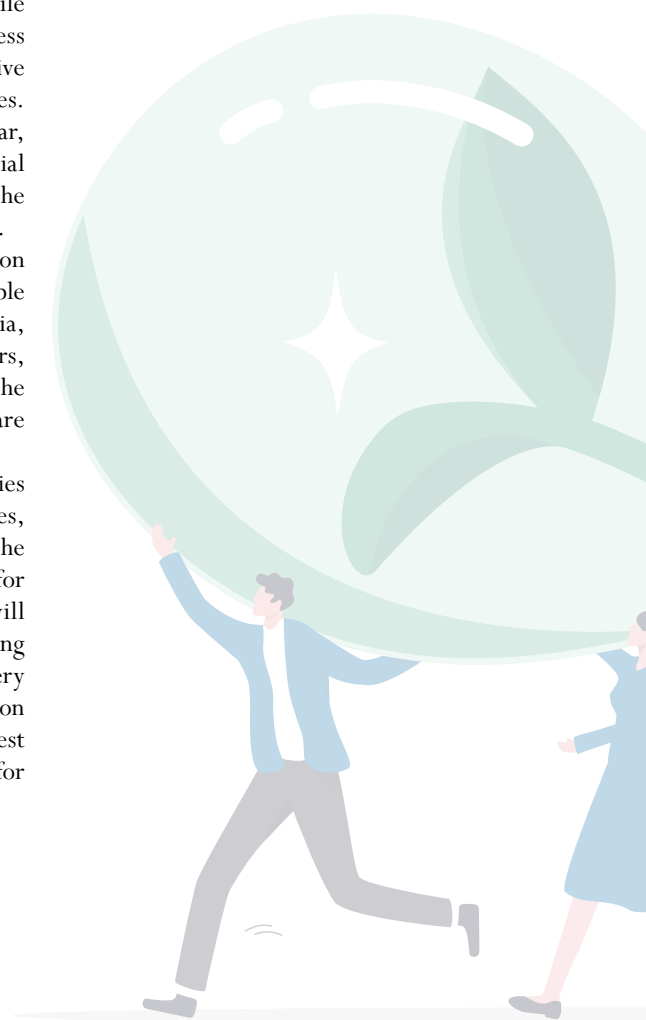
Na economia global emergente, liderarão as empresas que transformarem desafios climáticos em oportunidades, que anteciparem regulamentações, que entenderem que a transição energética é a maior oportunidade de inovação e diferenciação do nosso tempo. Não se trata de escolher entre rentabilidade e responsabilidade — muito em breve, a segunda será condição essencial para a primeira. E Portugal é um dos melhores países do Mundo para criar produtos para a economia global de baixo carbono.

could be promoted as having the lowest carbon footprint in the world. In Portugal, decarbonisation represents a unique strategic opportunity for our products, something that should be a priority national mission.

A company that diversifies energy sources and decarbonises operations reduces dependencies and adapts to extreme conditions, while guaranteeing survival and competitiveness through low-carbon differentiation, a decisive factor in global competitive processes. This advantage in the environmental pillar, complemented by excellence in the social pillar of sustainability, significantly boosts the internationalisation of Portuguese companies.

Products designed under the "Low Carbon Footprint, High Social Handprint" principle gain access to markets with stricter criteria, meet the growing demands of regulators, investors and conscious consumers and resist the transformations of the global economy. They are truly future-proof products.

In the emerging global economy, companies that turn climate challenges into opportunities, anticipate regulations, and understand that the energy transition is the greatest opportunity for innovation and differentiation of our time, will lead the charge. It's not a question of choosing between profitability and responsibility – very soon, the latter will be an essential condition for the former. And Portugal is one of the best countries in the world for creating products for the global low-carbon economy.



O APOIO ÀS EMPRESAS NA INOVAÇÃO E NA EXPANSÃO DOS SEUS NEGÓCIOS



www.enterpriseeuropenetwork.pt
een.aeportugal.pt





Foto: DR

O Papel do ESG na Internacionalização das Empresas: Uma Perspetiva da Corticeira Amorim

The Role of ESG in the Internationalisation of Companies: The Perspective of Corticeira Amorim

Gisela Pires

Diretora de Sustentabilidade Corporativa - Corticeira Amorim
Head of Corporate Sustainability - Corticeira Amorim

A sustentabilidade deixou de ser apenas uma tendência, tornando-se um imperativo para a competitividade e para a longevidade das empresas. É essencial integrar práticas de ESG (Ambiental, Social e de Governança) nas estratégias empresariais, especialmente nas empresas que operam internacionalmente ou pretendem expandir-se. A crescente consciencialização sobre questões ambientais e sociais tem gerado uma mudança significativa nas expectativas dos diferentes *stakeholders*. Empresas que adotam práticas ESG robustas são vistas como mais éticas, confiáveis e resilientes, atraindo e retendo públicos (investidores, parceiros, clientes, colaboradores) mais diversificados e fiéis.

A Corticeira Amorim, líder mundial no setor da cortiça, é um exemplo de como a sustentabilidade não só promove a responsabilidade corporativa, mas também é um motor de crescimento e inovação, bem como um fator diferenciador que cria oportunidades nos mercados globais. Ao longo dos seus mais de 150 anos de existência, a Corticeira Amorim sempre demonstrou uma ligação intrínseca com a natureza e com as comunidades onde se insere. A cortiça, um recurso renovável e biodegradável, confere à empresa uma vantagem competitiva e impõe um dever acrescido de liderança na adoção de práticas empresariais responsáveis e inovadoras.

A decisão de expandir a atuação da Empresa para além das fronteiras nacionais representou uma oportunidade extraordinária de crescimento, diversificação de mercados e partilha do valor único da cortiça com o mundo. Esta jornada

Sustainability is no longer just a trend, but an imperative for the competitiveness and longevity of companies. It is essential to integrate ESG (Environmental, Social and Governance) practices into business strategies, especially in companies that operate internationally or intend to expand. The growing awareness of environmental and social issues has generated a significant change in the expectations of different stakeholders. Companies that adopt robust ESG practices are seen as more ethical, reliable, and resilient, attracting and retaining more diverse and loyal audiences (investors, partners, customers, employees).

Corticeira Amorim, a world leader in the cork sector, is an example of how sustainability not only promotes corporate responsibility, but is also an engine of growth and innovation, as well as a differentiating factor that creates opportunities in global markets. Throughout its more than 150 years of existence, Corticeira Amorim has always demonstrated an intrinsic connection with nature and the communities in which it operates. Cork, a renewable and biodegradable resource, gives the company a competitive advantage and imposes an increased duty of leadership in the adoption of responsible and innovative business practices.

The decision to expand the Company's operations beyond national borders represented an extraordinary opportunity for growth, diversification of markets and sharing the unique value of cork with the world. This journey was built on a clear commitment to respect





foi construída sobre um compromisso claro com o respeito pela Natureza, pelas Pessoas e pelas Comunidades, que atualmente se referem como princípios ESG, garantindo um crescimento sustentável e impacto positivo nos diferentes países onde está presente.

SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL: UM PILAR FUNDAMENTAL

Ao expandir as operações internacionalmente, é essencial adotar práticas ambientais eficientes em todas as etapas da cadeia de valor, desde a extração de matérias-primas até ao fim de vida dos produtos. Para isso, é necessário otimizar processos produtivos e de distribuição, ajustando-os às especificidades de cada setor e localização para minimizar o impacto ambiental. Isto inclui políticas, metas, métricas e ações concretas que promovam, nomeadamente, a redução das emissões de carbono, da produção de resíduos e da poluição.

Na Corticeira Amorim, a responsabilidade não se limita a cumprir as regulamentações locais, mas ambiciona definir o padrão, implementando soluções inovadoras que contribuam para a proteção do planeta. Ao fazê-lo, é possível reduzir impactos e mitigar riscos ambientais, fortalecendo a reputação da empresa como líder em sustentabilidade, um fator cada vez mais valorizado por clientes e parceiros a nível global.

IMPACTO SOCIAL: PROMOÇÃO DE COMUNIDADES RESILIENTES E INCLUSÃO

A presença internacional das empresas deve

for Nature, People and Communities, which are currently referred to as ESG principles, ensuring sustainable growth and positive impact in the different countries where it is present.

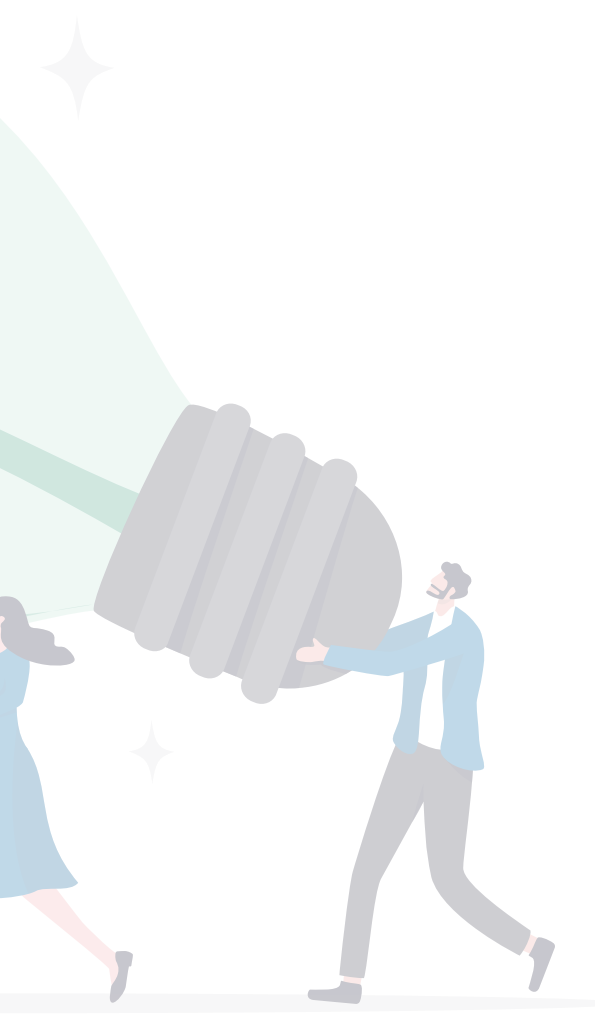
ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY: A KEY PILLAR

When expanding operations internationally, it is essential to adopt efficient environmental practices at every stage of the value chain, from the extraction of raw materials to the end of life of products. To do this, it is necessary to optimize production and distribution processes, adjusting them to the specificities of each sector and location to minimize environmental impact. This includes policies, targets, metrics and concrete actions that promote, inter alia, the reduction of carbon emissions, waste generation and pollution.

At Corticeira Amorim, responsibility is not limited to complying with local regulations, but aims to set the standard, implementing innovative solutions that contribute to the protection of the planet. By doing so, it is possible to reduce impacts and mitigate environmental risks, strengthening the company's reputation as a leader in sustainability, a factor increasingly valued by customers and partners globally.

SOCIAL IMPACT: PROMOTING RESILIENT COMMUNITIES AND INCLUSION

The international presence of companies must be synonymous with social progress, knowledge sharing and the construction of lasting relationships of trust. By prioritizing the





ser sinónimo de progresso social, partilha de conhecimento e construção de relações de confiança duradouras. Ao priorizar o bem-estar dos trabalhadores e das trabalhadoras, bem como das comunidades mais próximas, o capital humano e social sai fortalecido, elementos cruciais para o sucesso das empresas a longo prazo.

Como tal, a presença da Corticeira Amorim em diversas geografias implica um profundo respeito pelas culturas e pelas leis laborais em todos os países onde está presente. Isto significa criar ambientes de trabalho seguros, inclusivos e diversificados, onde os trabalhadores e as trabalhadoras se sintam valorizados e capacitados. Igualmente, significa investir no desenvolvimento das comunidades locais, gerando emprego de qualidade, apoiando iniciativas sociais e promovendo o diálogo aberto e transparente com os *stakeholders*.

GOVERNANÇA: TRANSPARÊNCIA E RESPONSABILIDADE

A governança assume um papel central na garantia de que a presença internacional ocorre de forma ética, transparente e responsável. Isto implica a adoção de elevados padrões de integridade e de *compliance* em todas as operações ao nível global, garantindo a conformidade com as leis e regulamentos locais e internacionais. Para isso, é necessário adotar estruturas de gestão robustas, com mecanismos de controlo eficazes e uma cultura de responsabilidade em todos os níveis da organização.

well-being of workers, as well as neighbouring communities, human and social capital is strengthened. These are crucial elements for the long-term success of companies.

As such, Corticeira Amorim's presence in various geographies implies a deep respect for cultures and labour laws in all the countries in which it operates. This means creating safe, inclusive and diverse work environments where workers feel valued and empowered. It also means investing in the development of local communities, generating quality employment, supporting social initiatives and promoting open and transparent dialogue with stakeholders.

GOVERNANCE: TRANSPARENCY AND ACCOUNTABILITY

Governance takes a central role in ensuring that international presence occurs ethically, transparently and responsibly. This implies the adoption of high standards of integrity and compliance in all operations at a global level, ensuring compliance with local and international laws and regulations. To do this, it is necessary to adopt robust management structures, with effective control mechanisms and a culture of responsibility at all levels of the organisation.

At Corticeira Amorim, we adopt a modern and transparent corporate governance model, in line with the best international practices, which allows for greater agility and proximity in decision-making, seeking to ensure that





Na Corticeira Amorim, adota-se um modelo de governo societário moderno e transparente, alinhado com as melhores práticas internacionais, que permite uma maior agilidade e proximidade na tomada de decisões, procurando assegurar que as ações estão sempre em consonância com os princípios transversais de sustentabilidade e responsabilidade social. Uma boa governança não só protege as empresas de riscos legais e reputacionais, como também fortalece a confiança dos investidores, clientes e outros *stakeholders*.

COMPROMISSO COM UM FUTURO SUSTENTÁVEL

A integração dos critérios ESG não é uma mera obrigação regulatória, mas uma forma de criar valor e uma alavanca para o crescimento. Empresas com práticas ESG robustas tendem a ser mais resilientes a crises, a atrair e reter talentos, a inovar com maior eficácia, a aceder a financiamento em condições mais favoráveis e a construir marcas mais fortes e confiáveis.

A implementação eficaz de uma estratégia ESG não está isenta de desafios, especialmente na integração de diferentes culturas corporativas e na adaptação a variados referenciais de reporte e monitorização. Ao operar em diferentes mercados, é fundamental alinhar as práticas ESG com as normas e expectativas locais, uma vez que cada um possui as suas próprias culturas, legislações e sensibilidades em relação a questões sociais e ambientais. Assim, é essencial compreender essas *nuanças* para garantir que as iniciativas sejam relevantes e eficazes. As organizações que se destacam no cenário global são aquelas que não apenas demonstram compromisso com a sustentabilidade, mas também conseguem comunicar de forma eficaz esses valores aos seus *stakeholders*.

actions are always in line with the transversal principles of sustainability and social responsibility. Good governance not only protects companies from legal and reputational risks, but also strengthens the confidence of investors, customers, and other stakeholders.

COMMITMENT TO A SUSTAINABLE FUTURE

The integration of ESG criteria is not a mere regulatory obligation, but a way to create value and a lever for growth. Companies with robust ESG practices tend to be more resilient to crises, attract and retain talent, innovate more effectively, access financing on more favorable terms, and build stronger, more reliable brands.

The effective implementation of an ESG strategy is not without challenges, especially in the integration of different corporate cultures and in adapting to various reporting and monitoring benchmarks. When operating in different markets, it is essential to align ESG practices with local standards and expectations, as each has its own cultures, legislation, and sensitivities regarding social and environmental issues. Thus, it is essential to understand these nuances to ensure that initiatives are relevant and effective. Organisations that stand out on the global stage are those that not only demonstrate a commitment to sustainability but are also able to effectively communicate these values to their stakeholders.

Technology plays a crucial role in integrating ESG practices into business operations, allowing for more effective and timely monitoring and reporting of environmental and social impact in complex and international frameworks. This is key to ensuring that initiatives are continuously adjusted and improved, which in turn ensures effectiveness and transparency in practices.

A tecnologia desempenha um papel crucial na integração das práticas ESG nas operações empresariais, permitindo monitorizar e reportar o impacto ambiental e social de forma mais eficaz e atempada em estruturas complexas e internacionais. Este aspeto é fundamental para garantir que as iniciativas são continuamente ajustadas e melhoradas, assegurando a eficácia e a transparência nas práticas.

É também importante referir que a implementação de estratégias ESG conduz à inovação. A forte aposta na investigação, desenvolvimento e inovação ao nível do processo e do produto permite criar soluções sustentáveis que vão ao encontro das exigências dos clientes. Esta capacidade de inovar é uma vantagem competitiva que facilita a internacionalização.

Para concluir, a integração do ESG na estratégia das empresas é uma abordagem que deve transcender a mera conformidade legal, sendo essencial no seu posicionamento internacional. O compromisso com práticas sustentáveis, responsabilidade social e uma governança forte não só ajuda a mitigar riscos, mas também impulsiona a inovação, constrói reputação e fortalece a relação com os clientes.

A sustentabilidade não é apenas uma responsabilidade, mas uma forma de solidificar a posição das empresas e apoiar as suas estratégias de internacionalização. Ao adotar práticas ESG, as empresas têm a possibilidade de transformar desafios em oportunidades, ao mesmo tempo que constroem um legado positivo para as gerações futuras e criam um mundo mais sustentável e próspero para todos.

It is also important to note that the implementation of ESG strategies leads to innovation. The strong commitment to research, development and innovation at the process and product level allows us to create sustainable solutions that meet customer demands. This ability to innovate is a competitive advantage that facilitates internationalisation.

To conclude, the integration of ESG into companies' strategies is an approach that must transcend mere legal compliance, being essential to their international positioning. A commitment to sustainable practices, social responsibility, and strong governance not only helps mitigate risk, but also drives innovation, builds reputation, and strengthens customer relationships.

Sustainability is not just a responsibility, but a way to solidify the position of companies and support their internationalisation strategies. By adopting ESG practices, companies have the possibility to turn challenges into opportunities, while building a positive legacy for future generations and creating a more sustainable and prosperous world for all.



“The purpose is not to be big, but to be great at what we do.”

“O objetivo não é ser grande, mas sermos excelentes naquilo que fazemos.”

Carlos Tavares,
Gestor português





Foto: DR

ESG e os seus impactos na Internacionalização: a perspetiva da Logoplaste

ESG and its impact on internationalisation: Logoplaste's perspective

Palloma Carvalho

Gerente de Sustentabilidade - Logoplaste
Sustainability Manager - Logoplaste

A Logoplaste é hoje uma empresa multinacional com operações em 17 países, distribuídas por três continentes, com 66 fábricas de embalagens rígidas e uma unidade de reciclagem na Trofa, Portugal. Esta presença internacional exige uma abordagem consistente e robusta em matéria de sustentabilidade, não apenas para responder a regulamentações locais, mas sobretudo para garantir competitividade global.

A nossa história começou em Portugal, nos anos 70, com a visão do fundador Marcel de Botton, que implementou o modelo *wall-to-wall*, uma solução industrial em que as unidades produtivas são instaladas diretamente nas instalações dos clientes. Este conceito reduziu, desde o início, transportes, embalagens secundárias e desperdício, promovendo um modelo de negócio que hoje reconhecemos como intrinsecamente sustentável. Foi, desde o início, uma forma prática de aplicar princípios que hoje integram o conceito ESG.

Com o tempo, a integração de critérios ESG tornou-se um imperativo estratégico. Os nossos maiores clientes, multinacionais com políticas de sustentabilidade bem definidas, exigem o cumprimento de metas ambientais, sociais e de governança. Ao fazer parte das suas cadeias de valor, a Logoplaste não apenas acompanha estas exigências, mas antecipa soluções. Os critérios ESG deixaram de ser uma ferramenta de comunicação para se tornarem um pilar da nossa estratégia.

Na prática, isto traduz-se num forte investimento em inovação sustentável. No campo do *ecodesign*, desenvolvemos embalagens otimizadas para circularidade, com menor peso e maior conteúdo reciclado. Por exemplo, a garrafa *labelless* de azeite, desenvolvida com a Sovena muito recentemente, é feita com 100% PET reciclável e não utiliza rótulo frontal, melhorando a reciclabilidade sem


Logoplaste is now a multinational company with operations in 17 countries, spread across three continents, with 66 rigid packaging plants and a recycling plant in Trofa, Portugal. This international presence requires a consistent and robust approach to sustainability, not only to respond to local regulations, but above all to ensure global competitiveness.

Our story began in Portugal in the 1970s with the vision of founder Marcel de Botton, who implemented the "wall-to-wall" model, an industrial solution in which production units are installed directly on customers' premises. This concept reduced transport, secondary packaging and waste, promoting a business model that we now recognise as intrinsically sustainable. From the outset, it was a practical way of applying principles that today form part of the ESG concept.

Over time, the integration of ESG criteria has become a strategic imperative. Our largest clients, multinationals with well-defined sustainability policies, demand compliance with environmental, social and governance targets. By being part of their value chains, Logoplaste not only keeps up with these demands, but also anticipates solutions. ESG criteria are no longer a communication tool, but a pillar of our strategy.

In practice, this translates into a strong investment in sustainable innovation. In the field of eco-design, we have developed packaging optimised for circularity, with less weight and more recycled content. For example, the labelless olive oil bottle, developed with Sovena very recently, is made from 100% recyclable PET and doesn't use a front label, improving recyclability without compromising aesthetics or consumer information. Another example is Connected Singularity, part of the Sustainable Plastics Mobilising Agenda. This project,





comprometer a estética ou a informação ao consumidor. Outro exemplo é o *Connected Singularity*, parte da Agenda Mobilizadora *Sustainable Plastics*. Este projeto, com apoio do PRR, desenvolve embalagens inteligentes e rastreáveis, com sistemas digitais que integram *blockchain* e marcas de água invisíveis. O objetivo é melhorar a rastreabilidade, a triagem e o reaproveitamento de materiais, contribuindo para uma economia mais circular.

Em termos de reporte, seguimos os principais *standards* internacionais, como o GRI, CDP, Ecovadis e as diretrizes da Fundação Ellen MacArthur. Em 2024, recebemos a classificação “A” no CDP em alterações climáticas, uma distinção atribuída a menos de 2% das empresas avaliadas a nível mundial. Este reconhecimento é o reflexo de um esforço coletivo rigoroso, que envolve equipas multidisciplinares e um compromisso real com a medição, transparência e melhoria contínua do nosso desempenho ambiental.

Hoje, a atuação ESG da Logoplaste é um motor de internacionalização. Não apenas cumpre requisitos legais e regulatórios, como os impostos por diretivas europeias cada vez mais exigentes, como nos posiciona como parceiros estratégicos junto de clientes globais que valorizam cadeias de fornecimento responsáveis. Além disso, abre portas à participação em consórcios de inovação, acesso a financiamento sustentável e colaborações que seriam inacessíveis sem uma postura ESG madura. Num contexto global em que a sustentabilidade já não é opcional, mas critério de entrada nos mercados, o ESG deixou de ser apenas um compromisso interno: é uma vantagem competitiva, uma exigência dos *stakeholders* e um passaporte para o futuro.

supported by the Resilience and Recovery Plan, develops intelligent and traceable packaging, with digital systems that integrate blockchain and invisible watermarks. The aim is to improve the traceability, sorting and reuse of materials, contributing to a more circular economy.

In terms of reporting, we follow the main international standards, such as the GRI, CDP, Ecovadis and the Ellen MacArthur Foundation guidelines. In 2024, we received an “A” rating from the CDP on climate change, a distinction awarded to less than 2% of the companies assessed worldwide. This recognition reflects a thorough collective effort involving multidisciplinary teams and a real commitment to measurement, transparency and continuous improvement of our environmental performance.

Today, Logoplaste's ESG performance is a driving force behind its internationalisation. Not only does it fulfil legal and regulatory requirements, such as those imposed by increasingly demanding European directives, but it also positions us as strategic partners with global clients who value responsible supply chains, as well as opening doors to participation in innovation consortia, access to sustainable financing and collaborations that would be inaccessible without a mature ESG stance. In a global context where sustainability is no longer optional, but a criterion for entering markets, ESG is no longer just an internal commitment: it is a competitive advantage, a requirement of stakeholders and a passport to the future.



ESG

**ENVIRONMENTAL,
SOCIAL AND
GOVERNANCE**



Contexto



Mais de **246 mil** novos negócios/empresas em 2023

Mais de **95%** das empresas em Portugal têm menos de 10 trabalhadores

Economia circular poderá atingir os **4,5 bilhões** de dólares até 2030



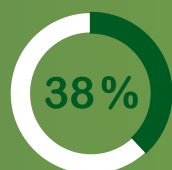
Realidade ESG



das empresas nacionais têm *score* ESG elevado



das empresas analisadas apresentam um *score* ESG nível médio-alto



nível médio



nível reduzido



nível mínimo



Serviços

score elevado: 14%
score mínimo: 4%



Empresas

score médio-alto: 29%
score reduzido: 15%



Agricultura e outros recursos naturais

score elevado: 5%
score mínimo: 16%



Social

score elevado e médio-alto:
33% do total

ESG e Comércio Internacional

ESG and International Trade



Foto: DR

Fátima Castanheira Geada

Professora do ISEG - Lisbon School of Economics & Management
Teacher at ISEG - Lisbon School of Economics & Management

ESG E COMÉRCIO INTERNACIONAL

Este artigo aborda um tema relevante para o comércio exterior, o ESG e qual o seu impacto no comércio internacional. Embora não seja um tema novo para as empresas internacionais, há ainda um longo caminho a percorrer com vista a desenvolver os procedimentos que permitam desenvolver e implementar processos mais eficazes e, assim, atingir as expectativas do mercado no que concerne a esta temática.

O ESG é um conjunto de boas práticas padronizadas, com vista a definir se as empresas de comércio exterior têm a consciência social, são sustentáveis e geridas segundo essas boas práticas, permitindo a avaliação do seu desempenho em termos de sustentabilidade. As empresas necessitam de colocar estes padrões em prática para demonstrar maior responsabilidade e comprometimento no segmento internacional em que atuam, bem como com os diferentes *stakeholders*: clientes, fornecedores, colaboradores e investidores.

Os critérios do ESG no comércio internacional são utilizados, enquanto referencial, para permitir analisar e testar a organização e para que os gestores compreendam se existe sustentabilidade nos processos organizacionais, com o objetivo de conseguirem expandir a sua análise de negócio numa ótica holística, não exclusivamente financeira, perspetivando a visão de uma empresa viável e interessante, enquanto recetora de investimentos que permitam envolver positivamente a sociedade e o meio ambiente.

Deste modo, trata-se de uma forma de vali-

ESG AND INTERNATIONAL TRADE

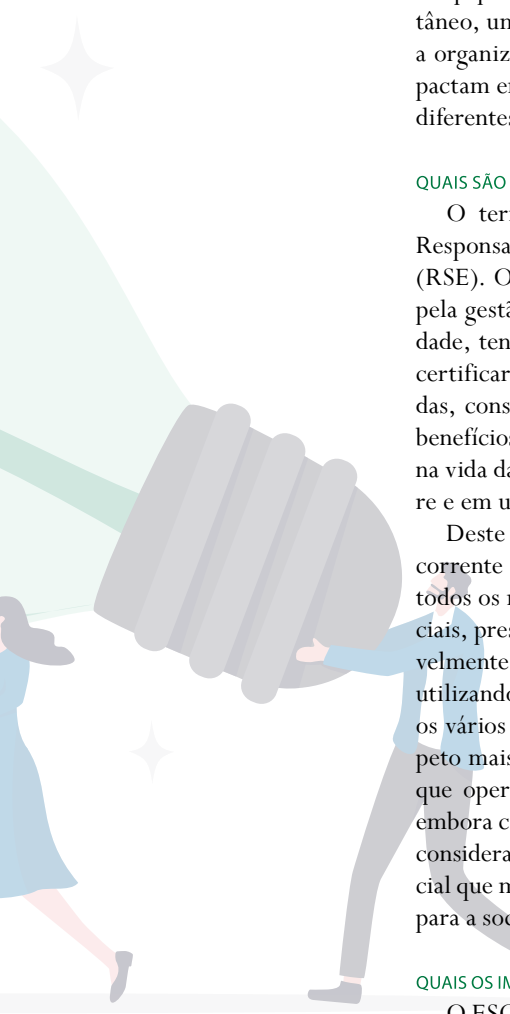
This article addresses ESG and its impact on international trade, a topic which is relevant to foreign trade. Although it is not a new topic for international companies, there is still a long way to go in order to develop the procedures that allow for the development and implementation of more effective processes, thereby meeting the expectations of the market.

ESG is a set of standardized good practices, with a view to defining whether foreign trade companies are socially aware, sustainable and managed according to these good practices, allowing the evaluation of their performance in terms of sustainability. Companies need to put these standards into practice to demonstrate greater responsibility and commitment in the international segment in which they operate, as well as with the different stakeholders: customers, suppliers, employees and investors.

ESG criteria in international trade are used as a reference, to allow the analysis and testing of the organisation and to give managers an idea if there is sustainability in organisational processes, with the aim of being able to expand their business analysis from a holistic perspective, not exclusively financial, from the perspective of a viable and interesting company as a recipient of investments, which allow for the positive involvement of society and the environment.

This is a way of validating how an organisation is aware of its role as an employer and social agent and is simultaneously a form of guarantee





dação de como uma organização está consciente sobre o seu papel de empregadora e de agente social e é, em simultâneo, uma forma de garantia para atestar a influência que a organização exerce, permitindo gerir negócios que impactam em todo o ecossistema de relacionamento entre as diferentes partes e intervenientes no processo de negócio.

QUAIS SÃO OS PILARES ESSENCIAIS DO ESG?

O termo ESG é também referenciado como sendo: Responsabilidade Social, Corporativa ou Empresarial (RSE). O ESG no comércio internacional é o responsável pela gestão do impacto que as suas ações geram na sociedade, tendo por base as práticas empresariais procurando certificar o desenvolvimento de todas as partes interessadas, considerando as várias iniciativas, de modo a que os benefícios das diferentes ações tenham influência positiva na vida das pessoas, da envolvente onde a empresa se insere e em última análise da sociedade no seu todo.

Deste modo, o objetivo não é apenas um resultado decorrente do retorno financeiro, mas também melhorar todos os relacionamentos por meio de doações, causas sociais, preservação do meio ambiente, contribuindo favoravelmente para a envolvente em que se insere a Empresa, utilizando para isso o contributo de ações que abrangem os vários pilares identificados do ESG. Este é talvez o aspeto mais relevante a ter em consideração pelas empresas que operam no âmbito do comércio internacional, pois embora consigam mitigar o risco decorrente das vertentes consideradas no pilar Ambiente, é sem dúvida no pilar Social que mais poderão desenvolver atuações e aportar valor para a sociedade.

QUAIS OS IMPACTOS DO ESG NO COMÉRCIO INTERNACIONAL?

O ESG no comércio internacional tem influência direta

to attest to the influence that the organisation exerts, enabling the management businesses that impact the entire ecosystem of relationships between the different parties and stakeholders in the business process.

WHAT ARE THE ESSENTIAL PILLARS OF ESG?

The term ESG is also referred to as: Social, Corporate or Business Responsibility, ESG in international trade is responsible for managing the impact that its actions generate on society, based on business practices seeking to certify the development of all stakeholders, considering the various initiatives, so that the benefits of the different actions have a positive influence on people's lives, the environment where the company operates and, ultimately, society as a whole.

The aim, therefore, is not just to achieve a financial return, but also to improve all relationships through donations, social causes, environmental preservation and making a favourable contribution to the company's surroundings, using actions that cover the various ESG pillars identified. This is perhaps the most important aspect for companies operating in international trade to take into consideration, because although they can mitigate the risk arising from the aspects considered in the Environmental pillar, it is undoubtedly in the Social pillar that they can expand and most contribute value to society.

WHAT ARE THE IMPACTS OF ESG ON INTERNATIONAL TRADE?

ESG in international trade has a direct influence on society and the environment, the entire process of transport and movement of goods and services has a direct impact on greenhouse gas emissions, with transport that in most cases uses fossil fuels. In this way, foreign trade companies are pressured to adopt sustainable practices, with the inclusion

na sociedade e no meio ambiente, todo o processo de transporte e de deslocamentos de mercadorias e serviços impacta diretamente nas emissões de gases de efeito estufa, com transportes que na maior parte dos casos utilizam combustíveis fósseis. Deste modo, as empresas de comércio externo são pressionadas para a adoção de práticas sustentáveis, com a inclusão de investimentos relevantes nas energias renováveis e com a utilização de tecnologias avançadas.

Além disso, a governação organizacional das empresas é cada vez mais impulsionada pela procura de processos eficazes e mais eficientes e que obrigam a um robustecer dos controlos internos, sobretudo dos preventivos e diretivos, alinhados com as práticas sustentáveis exigidas em diversas regulamentações e legislação do comércio internacional. A este nível podemos referir a constituição ao nível do topo da organização de comissões especializadas em sustentabilidade e no modelo das três linhas de defesa um reforço da segunda linha com uma função de sustentabilidade.

QUAL A IMPORTÂNCIA DO ESG SER UMA PEDRA DE TOQUE NO COMÉRCIO EXTERIOR?

No comércio internacional é fundamental para as empresas multinacionais, que atuam internacionalmente, a mitigação dos impactos na degradação dos recursos naturais e a preservação do planeta, com vista a garantir para as gerações futuras a sua manutenção, é uma meta a ser atingida por todos os envolvidos utilizando as ferramentas disponíveis, que permitem avaliar as boas práticas implementadas.

No que concerne à elevada emissão de gases de efeito de estufa, o objetivo passa pela expansão prioritariamente das organizações em mercados mais exigentes, pela redução de barreiras à entrada, além do melhor posicionamento perante o público-alvo e os *stakeholders*.

of relevant investments in renewable energies and the use of advanced technologies.

In addition, the organisational governance of companies is increasingly driven by the search for effective and more efficient processes that require a strengthening of internal controls, especially preventive and directive ones, in line with the sustainable practices required in various international trade regulations and legislation. At this level, we can mention the constitution, at the top level of the organisation, of committees specialised in sustainability and, in the model of the three lines of defense, a reinforcement of the second line with a sustainability function.

HOW IMPORTANT IS IT FOR ESG TO BE A TOUCHSTONE IN FOREIGN TRADE?

In international trade, it is essential for multinational companies operating internationally to mitigate the impact of natural resource degradation and to preserve the planet in order to guarantee its existence for future generations. This is a goal to be achieved by all those involved, using the tools available to evaluate the good practices implemented.

With regard to high greenhouse gas emissions, the aim is for organisations to expand into more demanding markets as a matter of priority, to reduce barriers to entry and to better position themselves in the eyes of their target audience and stakeholders.

WHAT ARE THE BENEFITS OF ESG TO COMPANIES

As for the benefits of ESG in Foreign Trade, we can highlight, seeking to summarise the above, three fundamental aspects:

1. Attract more investments;
2. Strengthen the company's image and consumer confidence;
3. Keep up with trends.



QUAIS OS BENEFÍCIOS DO ESG NAS EMPRESAS

Quanto aos benefícios do ESG no comércio exterior, podemos destacar, procurando sintetizar o anteriormente referido, três aspetos fundamentais:

1. Atrair mais investimentos;
2. Reforçar a imagem da companhia e a confiança dos consumidores;
3. Acompanhar as tendências.

ATRAIR INVESTIMENTOS

Tal como ficou anteriormente dito, os Investidores estão cada vez mais interessados em investir não somente tendo como objetivo fundamental o lucro financeiro, mas também em articulação com as organizações que demonstrem as boas práticas ambientais e sociais, procurando intervir do ponto de vista social no meio envolvente e simultaneamente mitigando o que resulta diretamente dos efeitos nefastos dos transportes a longas distâncias, procurando minimizar os efeitos da emissão de CO2. A questão que se pode levantar é de que forma esse fator vai dinamizar mais o comércio local e privilegiar as empresas internacionais que evidenciem uma preocupação efetiva, traduzida em medidas mitigadoras de implementação imediata desses efeitos nefastos sobre o ambiente.

REFORÇAR A IMAGEM DA COMPANHIA

O ESG no comércio externo também possui um grande impacto na imagem da empresa, reforçando-a junto dos consumidores e da sociedade e surgindo como um forte estímulo junto dos consumidores mais jovens.

ACOMPANHAR A TENDÊNCIA NA PREFERÊNCIA DOS CONSUMIDORES

Os consumidores estão cada vez mais ambiental e socialmente conscientes, deste modo exigem que as marcas tenham essas mesmas preocupações e o mesmo posicionamento.

Assim, alinhar-se com os princípios do ESG é sinónimo de acompanhar as tendências e, potencialmente, encontrar novos mercados e públicos.

ATTRACTING INVESTMENT

As previously mentioned, investors are increasingly interested in investing not only with financial profit as their fundamental objective, but also in conjunction with organisations that demonstrate good environmental and social practices, seeking to intervene in the surrounding environment from a social point of view and simultaneously mitigating what results directly from the harmful effects of long-distance transport, seeking to minimise the effects of CO2 emissions. The question that can be raised is how this factor will boost local trade and favour international companies that show effective concern, translated into mitigating measures for these harmful effects on the environment that can be implemented immediately.

STRENGTHENING THE COMPANY'S IMAGE

ESG in Foreign Trade also has a great impact on the company's image, boosting it among consumers and society and emerging as a strong stimulus among younger clients.

KEEPING UP WITH THE TREND IN CONSUMER PREFERENCE

Consumers are becoming more and more environmentally and socially aware, and they demand that brands have the same concerns and positioning.

Thus, aligning with ESG principles is synonymous with keeping up with trends and potentially finding new markets and audiences.

Consumers are willing to spend more for products that are socially and environmentally more appropriate, with a smaller ecological footprint.

As legislation and consumers become more demanding, companies with an investment profile and concerns in line with ESG in International Trade tend to take advantage of:

- Access to more investments and with better conditions;
- Less bureaucracy;
- Tax benefits and subsidies;
- Better brand positioning.

Os consumidores estão disponíveis para despende mais por produtos social e ambientalmente mais adequados, com menor pegada ecológica.

Da mesma forma que a legislação e os consumidores se tornam mais exigentes, as empresas com perfil de investimentos e preocupações em linha com o ESG no comércio internacional, tendem a aproveitar:

- Acesso a mais investimentos e com melhores condições;
- Menor burocracia;
- Benefícios fiscais e subsídios;
- Melhor posicionamento de marca.

A IMPLEMENTAÇÃO DO ESG NAS EMPRESAS INTERNACIONAIS

Para que o ESG no comércio exterior traga os benefícios e resultados esperados é necessário adotar um modelo corporativo com foco na sustentabilidade em todas as suas ações, na transparência e conformidade com a legislação.

Nesse sentido, um dos aspetos mais relevantes é a comunicação e o diálogo entre todos os *stakeholders*. Dentro da empresa, é preciso efetuar uma comunicação interna eficaz, utilizando termos claros, para que todos os indivíduos tenham acesso e interiorizem os objetivos que se está procurando alcançar e possam agir em conformidade.

É fundamental que todos os intervenientes conheçam e compreendam a importância da agenda ESG para que os seus esforços estejam concentrados para o atingimento do mesmo objetivo. É fundamental que haja a promoção interna de uma comunicação que dialogue com todas as partes, funcionários, lideranças, comunidade, interlocutores governamentais e sociedade em geral.

O ESG no comércio exterior, como destacado anteriormente, também deve abranger todos

THE IMPLEMENTATION OF ESG IN INTERNATIONAL COMPANIES

For ESG in Foreign Trade to bring the expected benefits and results, it is necessary to adopt a corporate model focused on sustainability in all its actions, transparency and compliance with legislation.

In this sense, one of the most relevant aspects is communication and dialogue between all stakeholders. Within the company, it is necessary to cultivate effective internal communication, using clear terms, so that all individuals have access to and internalise the objectives that are being sought and can act accordingly.

It is essential that all stakeholders know and understand the importance of the ESG agenda so that their efforts are focused on achieving the same goal, as is the internal promotion of communication and dialogue with all parties, employees, leaders, the community, government interlocutors and society in general.

ESG in Foreign Trade, as highlighted earlier, must also cover all partners. This means an adaptation of all processes and the value chain of the different organisational processes, so that the selected partners are aligned by the same principles and that policies are implemented both within the organisation and within the scope of its partners outside the organisation.

In order to achieve these objectives, increased investment in technology is essential.

At this point, it is not enough for companies to present the economic results they have achieved, but also how they have managed to achieve them in terms of responsible management and business contributions to global objectives related to environmental action, biodiversity, water management, gender equality, living wage and diversity in executive positions, among others.

The EU legislative package on sustainable





os parceiros. Isso significa uma adequação de todos os processos e da cadeia de valor dos diferentes processos organizacionais, para que os parceiros selecionados estejam alinhados pelos mesmos princípios e que as políticas sejam implementadas quer no interior da organização, quer no âmbito dos seus parceiros fora da organização.

Com vista ao atingimento destes objetivos, o investimento reforçado em tecnologia é fundamental.

Neste momento, não basta as empresas apresentarem os resultados económicos que alcançaram, mas também a forma como os conseguiram alcançar em termos de gestão responsável e dos contributos do negócio para objetivos globais ligados à ação ambiental, biodiversidade, gestão da água, igualdade de género, salário digno, diversidade nos cargos executivos, entre outros.

O pacote legislativo da UE associado às finanças sustentáveis, ainda não completamente fechado, vem estabelecer o conjunto de normas e critérios para aferir a elegibilidade e o alinhamento das atividades económicas com os princípios da sustentabilidade.

Através do Regulamento da Taxonomia Verde Europeia, as empresas ficam a perceber se o setor onde atuam é considerado elegível e quais os critérios que devem cumprir para que a sua atividade seja considerada ambientalmente sustentável.

Para cumprir este requisito, a atividade deve contribuir para pelo menos um dos 6 objetivos ambientais definidos pela Taxonomia (Mitigação das alterações climáticas; Adaptação às alterações climáticas; Utilização sustentável e proteção dos recursos hídricos e marinhos; Transição para uma economia circular; Prevenção e controlo da poluição; Proteção e restau-

finance, which has not yet been fully finalised, sets out the standards and criteria to assess the eligibility and alignment of economic activities with sustainability principles.


The European Green Taxonomy Regulation allows companies to better understand if the sector in which they operate is considered eligible and what criteria they must meet for their activity to be considered environmentally sustainable.

To meet this requirement, the activity must contribute to at least one of the 6 environmental objectives defined by the Taxonomy (Climate change mitigation; Adaptation to climate change; Sustainable use and protection of water and marine resources; Transition to a circular economy; Pollution prevention and control; protection and restoration of biodiversity and ecosystems), without 'doing significant harm' to any of the other objectives, being in line with the technical criteria set out in the delegated acts, and taking into account minimum social safeguards, in terms of human and labour rights.

Companies must identify which fields of their activity have the most direct impact on society, people and the environment, select the most relevant ones, and associate them with metrics and indicators for performance monitoring, depending on the specificity of the sector in which they operate. The activity, has an important impact on the energy level. If, on the other hand, it is a seasonal activity requiring a lot of temporary labour, it can have a relevant impact on people and the community.

What is at stake here is what the regulator calls the concept of materiality, which aims to act on the control of the risks that a particular business activity must manage, both in terms of the impacts it causes on the environment and, conversely, how it is, or may be, impacted by it.





ro da biodiversidade e dos ecossistemas), sem 'prejudicar significativamente' nenhum dos outros objetivos, estar em conformidade com os critérios técnicos definidos nos atos delegados, e ter em conta as salvaguardas sociais mínimas, em termos de direitos humanos e do trabalho.

As empresas devem identificar quais as áreas ou temas materiais que em termos da sua atividade mais diretamente impactam na sociedade, nas pessoas e no ambiente, selecionar os mais relevantes, e associar-lhes métricas e indicadores para monitorização de desempenho, em função da especificidade do setor em que atuam. A atividade tem um impacto importante ao nível energético. Se por outro lado, se trata de uma atividade sazonal a necessitar de muita mão de obra temporária, pode ter um impacto relevante sobre as pessoas e sobre a comunidade.

O que aqui está em causa é o que o regulador designa por conceito de materialidade, que visa atuar sobre o controlo dos riscos que determinada atividade empresarial deve gerir, quer em termos de impactos que causa na envolvente, quer pelo contrário como é, ou pode vir a ser, impactada por ela.

O mapeamento das áreas deve refletir os impactos ao longo da cadeia de valor, numa articulação direta com o quadro de expectativas e a avaliação dos principais *stakeholders* da empresa, quer externos quer internos.

Com base nos indicadores e métricas definidos, as empresas devem fazer um primeiro exercício de medição dos seus desempenhos ao nível das atividades já desenvolvidas, das áreas de impacto ESG, e dos contributos para as metas dos ODS.

O reporte deve ilustrar os aspetos positivos e negativos do desempenho das empresas em relação às prioridades estratégicas definidas ao nível da sustentabilidade e aos temas com maior impacto económico, social e ambiental para a organização.

A utilização de *standards* internacionalmente reconhecidos para o reporte de sustentabilidade tem sido uma garantia para credibilizar a informação prestada pelas empresas junto dos mercados internacionais.

A União Europeia tomou a dianteira neste cenário, pois

The mapping of the areas should reflect the impacts along the value chain, in direct articulation with the framework of expectations and the assessment of the company's main external and internal stakeholders.

Based on the defined indicators and metrics, companies should carry out a first exercise to measure their performance in terms of the activities already developed, the areas of ESG impact, and the contributions to the SDG targets.

The report should illustrate the positive and negative aspects of the companies' performance in relation to the strategic priorities defined in terms of sustainability and the topics with the greatest economic, social and environmental impact for the organisation.

The use of internationally recognised standards for sustainability reporting has guaranteed the credibility of the information provided by companies to international markets.

The European Union has taken the lead in this scenario, as it keeps track of the most up-to-date rules and regulations. The United States, although it doesn't have the same multiplicity of ESG rules as the European Union, is still the country that best follows the established rules. Asia, which began its regularisation process later (much due to pressure from the foreign market), has been on a path towards good ESG practices.

This framework allows us to conclude that there is a global movement to defend the themes of sustainability, social welfare and transparent administration – and that it is not only companies and organisations that should be concerned about them, but also citizens. Regulatory bodies must also have an effective "say", keeping up to date and active, producing clearer and more objective rules to avoid any doubt about compliance and ensuring that they have sufficient means to be able to monitor regular compliance with regulations.

All companies will have to adapt to these regulations if they want to continue operating in the global market. ESG must be fully integrated into the company's strategy. Companies must:

mantém um controlo de regras e regulamentos mais atualizados. Os Estados Unidos, embora não possuam a mesma multiplicidade de regras em relação ao ESG que a União Europeia, ainda é o país que melhor segue as regras estabelecidas. A Ásia, que começou o seu processo de regularização mais tarde (muito por pressão do mercado externo), tem efetuado um caminho em direção às boas práticas relacionadas ao ESG.

Este enquadramento permite-nos concluir que existe um movimento global em relação à defesa dos temas de sustentabilidade, bem-estar social e administração transparente – e que não são apenas as empresas e as organizações que se devem preocupar com elas, mas também os cidadãos. Os órgãos reguladores também devem ter uma eficaz “palavra a dizer”, mantendo-se atualizados e atuantes, produzindo regras mais claras e objetivas para evitar qualquer tipo de dúvida quanto ao seu cumprimento e garantindo que têm os meios suficientes para poderem monitorizar o regular cumprimento da regulamentação.

Todas as empresas terão que se adaptar a essas regulamentações se quiserem continuar a operar no mercado global. O ESG deve ser plenamente integrado na estratégia da empresa. As empresas devem:

- Analisar a estratégia definindo o processo de implementação, com planos de ação que permitam uma integração na estratégia. A estratégia deve ser concretizada com indicações objetivas de ‘o quê’, ‘quando’, ‘como’ e ‘quanto’ queremos atingir.
- Implementar as iniciativas disruptivas estratégicas, seguindo uma abordagem estruturada, fundamental para assegurar o sucesso das melhorias disruptivas, para maximizar os resultados e para garantir a sua continuidade.
- Monitorizar os resultados e implementar medidas de *follow up* dos mesmos, que devem ser um verdadeiro espelho do esforço em curso para prosseguir com as prioridades e atingir os objetivos estratégicos.

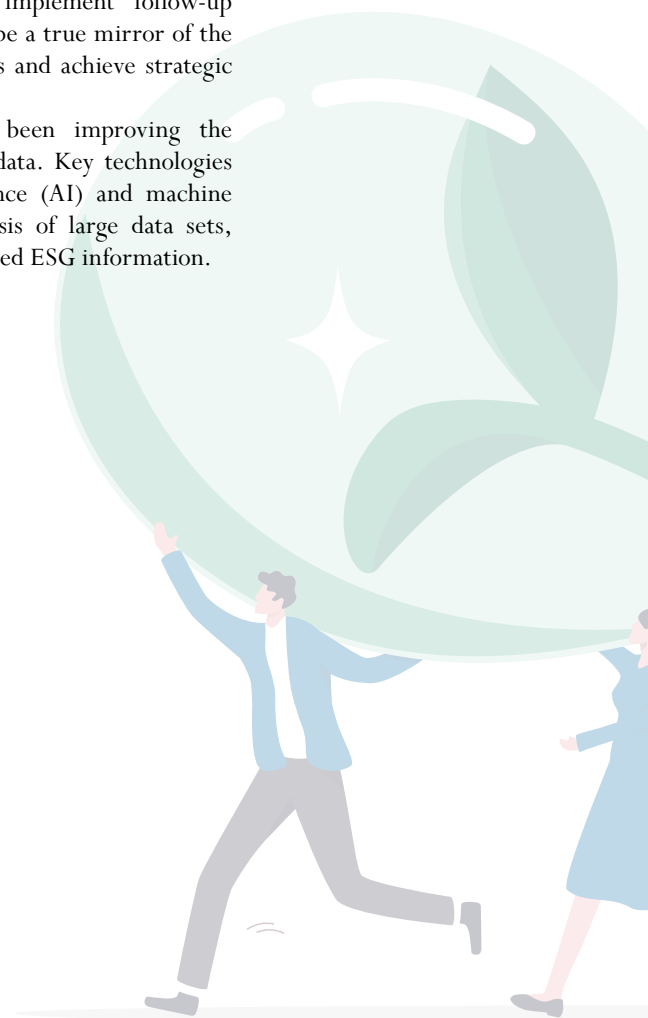
Os avanços tecnológicos têm vindo a melhorar a recolha e a comunicação de dados ESG. As principais tecnologias devem incluir a inteligência artificial (IA) e o *machine learning*, que potenciam a análise de grandes conjuntos de dados, fornecendo informações ESG mais precisas e detalhadas.

- Analyse the strategy by defining the implementation process, with action plans that allow integration into the strategy. The strategy must be implemented with objective indications of 'what', 'when', 'how' and 'how much' we want to achieve.

- Implement strategic disruptive initiatives, following a structured approach, which is essential to ensure the success of disruptive improvements, to maximise results and to ensure their continuity.

- Monitor the results and implement follow-up measures for them, which should be a true mirror of the ongoing effort to pursue priorities and achieve strategic objectives.

Technological advances have been improving the collection and reporting of ESG data. Key technologies should include artificial intelligence (AI) and machine learning, which power the analysis of large data sets, providing more accurate and detailed ESG information.





AEP

ASSOCIAÇÃO
EMPRESARIAL
DE PORTUGAL
Câmara de Comércio e Indústria

FORMAÇÃO

“Há mais de 170 anos a formar.”

A Formação é uma aposta contínua da AEP que inova a partir da sua experiência e que tem como objetivo ajudar as empresas a atingir melhores resultados.

O desenvolvimento de competências pessoais e organizacionais, promovendo a excelência do capital humano, é o princípio orientador da atividade da AEP que tem um dos maiores centros de formação contínua para quadros empresariais, com mais de 30 mil formandos por ano.


Destaques Formação

- Comércio Internacional, Legislação e Documentação Aduaneira
- Documentação e Gestão das Reclamações no Transporte Internacional de Mercadorias
- Gestão de Compras e Negociação com Fornecedores
- Logística e Gestão de Stocks
- Abordagem Prática no Controlo de Gestão para PME
- Gestão Financeira e Reestruturação Empresarial
- Alto desempenho em Vendas com PNL
- Finanças para Comerciais
- Inteligência Artificial Aplicada aos Negócios
- Liderança e Gestão de Equipas
- Técnicas de Avaliação de Desempenho
- Gerir Conflitos com Inteligência Emocional
- Curso Intensivo de Legislação Laboral Atualizada
- Regime Legal da Organização dos Horários de Trabalho
- Rotulagem de Substâncias Químicas - ECHA
- Implementação do SGA de acordo com a ISO 14001:2015
- Power BI



924 128 842 | 229 981 753 | E-mail: formacao@aeportugal.pt

WWW.FORMACAO.AEPORTUGAL.PT



“Não basta querer crescer lá fora; é preciso ter uma estratégia sólida, alinhada com valores que hoje são essenciais para qualquer negócio que queira ser sustentável e competitivo.”

“It's not enough to want to grow abroad; you need a solid strategy, aligned with values that are now essential for any business that wants to be sustainable and competitive.”

Entrevista

Interview



ANTÓNIO CARLOS RODRIGUES

CEO do Grupo Casais
CEO of Grupo Casais

DE QUE FORMA OS PRINCÍPIOS DE **ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE** (ESG) ESTÃO INCORPORADOS NA ESTRATÉGIA GLOBAL DO GRUPO CASAIS, TENDO EM CONTA A SUA PRESENÇA EM 18 MERCADOS INTERNACIONAIS COM REALIDADES SOCIOECONÓMICAS E REGULAMENTARES DISTINTAS?

Os princípios de *Environmental, Social e Governance* (ESG) estão profundamente incorporados na estratégia global do Grupo Casais. Trabalhamos estes temas de forma centralizada e estratégica, garantindo que estejam integrados nos nossos objetivos corporativos. A nossa presença em 18 mercados internacionais, cada um com realidades socioeconómicas e regulamentares distintas, exige uma abordagem flexível e adaptada a cada contexto.

Por isso, os objetivos estratégicos ESG são desdobrados através dos nossos sistemas e processos para os diferentes negócios e geografias, com acompanhamento regular em sessões de alinhamento. Estes objetivos são transversais, mas cabe a cada mercado, conhecedor das suas especificidades locais, adaptar as iniciativas de forma adequada.

Este processo é reforçado pelo contacto permanente com todas as partes interessadas — colaboradores, clientes, fornecedores e entidades públicas — para assegurar que as ações estejam alinhadas com os interesses, a legislação, a cultura e as oportunidades locais. Esta abordagem integrada e adaptativa é essencial para garantir que o Grupo Casais atua de forma sustentável, responsável e alinhado com as necessidades de cada comunidade onde está presente.

COMO CONCILIA A ESTRATÉGIA DE EXPANSÃO INTERNACIONAL DO GRUPO COM A NECESSIDADE DE MINIMIZAR A PEGADA AMBIENTAL E ASSEGURAR PRÁTICAS DE CONSTRUÇÃO SUSTENTÁVEIS?

A estratégia de expansão internacional do Grupo Casais é cuidadosamente conciliada com a necessidade de minimizar a pegada ambiental e promover práticas de construção sustentáveis. Reconhecemos que as diferentes fases de maturação

THE CASAIS GROUP IS PRESENT IN 18 INTERNATIONAL MARKETS WITH VERY DIFFERENT SOCIO-ECONOMIC AND REGULATORY REALITIES. IN LIGHT OF THIS, HOW DOES THE GROUP INCORPORATE THE PRINCIPLES OF ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG) INTO ITS GLOBAL STRATEGY?

The principles of Environmental, Social and Governance (ESG) are deeply embedded in the Casais Group's global strategy. We work on these issues centrally and strategically, ensuring that they are integrated into our corporate objectives. Our presence in 18 international markets, each with different socio-economic and regulatory realities, requires a flexible approach adapted to each context.

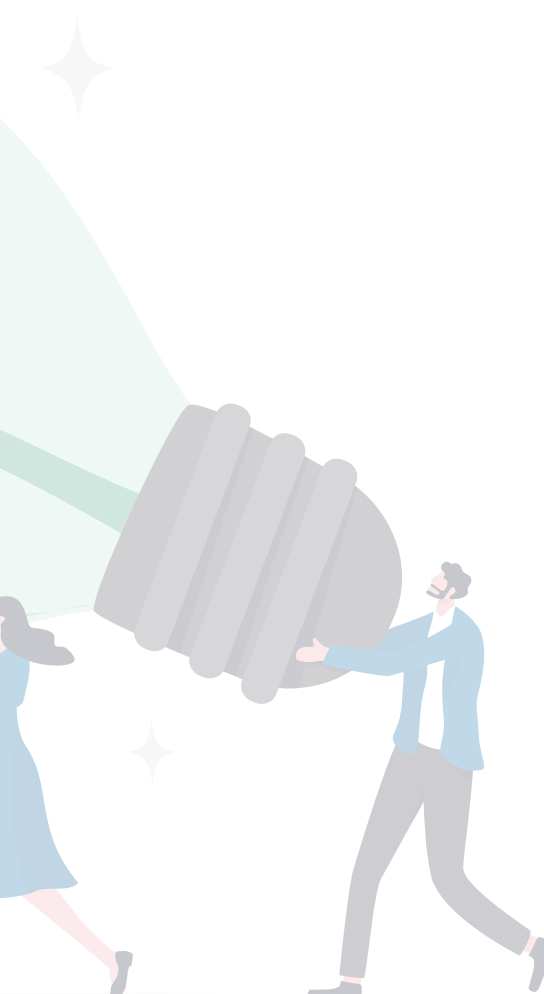
For this reason, the ESG strategic objectives are deployed through our systems and processes for the different businesses and geographies, with regular follow-up in alignment sessions. These objectives are general, but it is up to each market, aware of its local specificities, to adapt the initiatives appropriately.

This process is reinforced by permanent contact with all stakeholders — employees, customers, suppliers and public bodies — to ensure that actions are aligned with local interests, legislation, culture and opportunities. This integrated and adaptive approach is essential to ensure that the Casais Group acts sustainably, responsibly and in line with the needs of each community in which it operates.

HOW DO YOU RECONCILE THE GROUP'S INTERNATIONAL EXPANSION STRATEGY WITH THE NEED TO MINIMISE ITS ENVIRONMENTAL FOOTPRINT AND ENSURE SUSTAINABLE CONSTRUCTION PRACTICES?

The Casais Group's international expansion strategy is carefully reconciled with the need to minimise its environmental footprint and promote sustainable construction practices. We recognise that the different stages of maturity of the markets in which we operate require specific approaches adapted to each local reality.

The sustainability of our constructions is deeply



dos mercados onde atuamos exigem abordagens específicas e adaptadas a cada realidade local.

A sustentabilidade das nossas construções está profundamente ligada ao contexto local e à forma como os edifícios serão utilizados. A presença em múltiplos mercados internacionais tem sido uma fonte valiosa de aprendizagem. Por exemplo, enquanto na Alemanha um edifício sem sistema de aquecimento é impensável devido ao clima rigoroso, em Luanda, com um clima ameno, essa necessidade não se coloca da mesma forma. Isso implica que a escolha de equipamentos e materiais varia significativamente entre regiões, mas a preocupação com a minimização dos impactos ambientais permanece constante em todas elas.

Além disso, a eficiência na utilização dos recursos materiais é uma prioridade transversal, pois reduz naturalmente a pegada ambiental independentemente da geografia. Esta abordagem flexível, mas sempre orientada para a sustentabilidade, permite ao Grupo Casais crescer internacionalmente sem comprometer o compromisso com a construção responsável e a proteção do meio ambiente.

COMO É AVALIADO O IMPACTO SOCIAL DOS PROJETOS DESENVOLVIDOS, PARTICULARMENTE EM MERCADOS ONDE O GRUPO SE ENCONTRA EM FASE INICIAL DE OPERAÇÃO?

O impacto social dos projetos que desenvolvemos é uma dimensão intrínseca à nossa atividade, especialmente em mercados onde estamos em fase inicial de operação. Como construtores de edifícios e infraestruturas, o impacto social manifesta-se de forma concreta em cada hospital, escola, habitação, rede viária, elétrica ou de abastecimento de água que realizamos.

Além disso, na fase de execução, o impacto social traduz-se no emprego direto e indireto que geramos, bem como na formação que proporcionamos às pessoas envolvidas nos nossos projetos. Esta combinação de investimento em infraestruturas essenciais e desenvolvimento de capital humano permite-nos avaliar e potenciar o impacto social de forma tangível e sustentável, mesmo em contextos novos e desafiadores.

QUAL O PAPEL DA INOVAÇÃO E DA TECNOLOGIA NA PROSECUÇÃO DOS OBJETIVOS DE SUSTENTABILIDADE E NA MATERIALIZAÇÃO DOS COMPROMISSOS ESG DO GRUPO CASAIS?

A inovação e a tecnologia desempenham um papel essencial na prossecução dos objetivos de sustentabilidade e na

linked to the local context and the way in which the buildings will be used. Our presence in multiple international markets has been a valuable source of learning. For example, while in Germany a building without a heating system is unthinkable due to the harsh climate, in Luanda, with its mild climate, this need does not arise in the same way. This means that the choice of equipment and materials varies significantly between regions, but the concern with minimising environmental impacts remains a constant.

Furthermore, efficiency in the use of material resources is a transversal priority, as it naturally reduces the environmental footprint, regardless of geography. This flexible but always sustainability-orientated approach allows the Casais Group to grow internationally without compromising its commitment to responsible construction and environmental protection.

HOW IS THE SOCIAL IMPACT OF THE PROJECTS ASSESSED, PARTICULARLY IN MARKETS WHERE THE GROUP IS IN ITS INITIAL OPERATING PHASE?

The social impact of the projects we develop is an intrinsic dimension of our business, especially in markets where we are in the early stages of operation. As builders of buildings and infrastructures, the social impact manifests itself concretely in every hospital, school, house, road, electricity or water supply network that we carry out.

Furthermore, in the execution phase, social impact is reflected in the direct and indirect employment we generate, as well as in the training we provide to the people involved in our projects. This combination of investment in essential infrastructure and the development of human capital allows us to assess and maximise social impact in a tangible and sustainable way, even in new and challenging contexts.

WHAT ROLE DO INNOVATION AND TECHNOLOGY PLAY IN ACHIEVING THE CASAIS GROUP'S SUSTAINABILITY GOALS AND MATERIALISING ITS ESG COMMITMENTS?

Innovation and technology play an essential role in pursuing the Casais Group's sustainability objectives and realising its ESG commitments. They are fundamental pillars for increasing efficiency and our ability to respond to society's emerging needs.

Thanks to technological innovation, we have been able to guarantee greater safety and quality at work, reduce





concretização dos compromissos ESG do Grupo Casais. São pilares fundamentais para aumentar a eficiência e a nossa capacidade de responder às necessidades emergentes da sociedade.

Graças à inovação tecnológica, conseguimos garantir maior segurança e qualidade no trabalho, reduzir o desperdício, avançar para sistemas construtivos mais circulares e promover a qualificação contínua dos nossos recursos humanos. Estes aspetos são cruciais para o crescimento sustentável do Grupo e estão diretamente alinhados com os nossos quatro eixos estratégicos de Sustentabilidade: Pessoas competentes e seguras, Negócio ético e colaborativo, Soluções conscientes e inovadoras, e Território partilhado e valorizado.

Assim, a inovação e a tecnologia não são apenas ferramentas, mas sim motores que impulsionam a transformação responsável e o compromisso do Grupo Casais com uma construção mais sustentável e socialmente consciente.

NESTE CONTEXTO, COMO ESTÃO A INCORPORAR A RELEVANTE IMPORTÂNCIA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA VOSSA ATIVIDADE?

A inteligência artificial é, para nós no Grupo Casais, uma ferramenta auxiliar que potencia a digitalização e a inovação em várias áreas da nossa atividade, especialmente no contexto da internacionalização e da estratégia ESG. A digitalização das nossas fábricas e processos produtivos

waste, move towards more circular construction systems and promote the continuous qualification of our human resources. These dimensions are crucial for the Group's sustainable growth and are directly aligned with our four strategic axes of Sustainability: Competent and safe people, Ethical and collaborative business, Conscious and innovative solutions, and Shared and valued territory. Thus, innovation and technology are not just tools, but engines that drive responsible transformation and the Casais Group's commitment to more sustainable and socially conscious construction.

IN THIS CONTEXT, HOW ARE YOU INCORPORATING THE RELEVANT IMPORTANCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTO YOUR BUSINESS?

At the Casais Group, artificial intelligence is an auxiliary tool that boosts digitalisation and innovation in various areas of our business, especially in the context of internationalisation and the ESG strategy. The digitalisation of our factories and production processes has been a fundamental pillar for increasing efficiency, reducing waste and ensuring greater quality and sustainability in construction.

In terms of technology, we would highlight GO APPS, such as GO TWIN and GO AR, which represent a qualitative leap in the way we manage and monitor our property assets. GO TWIN, for example, is a Digital Twin solution that creates a virtual replica of buildings, enabling

tem sido um pilar fundamental para aumentar a eficiência, reduzir desperdícios e garantir maior qualidade e sustentabilidade na construção.

No plano tecnológico, destacamos as GO APPS, como a GO TWIN e a GO AR, que representam um salto qualitativo na forma como gerimos e acompanhamos os nossos ativos imobiliários. A GO TWIN, por exemplo, é uma solução Digital Twin que cria uma réplica virtual dos edifícios, permitindo uma visualização em tempo real dos seus componentes, facilitando a manutenção preditiva e a gestão eficiente dos recursos. Já a GO AR, através da realidade aumentada, oferece uma interação detalhada com os imóveis, aumentando a transparência e a confiança dos clientes e investidores durante todo o processo de construção.

Paralelamente, o BIM (*Building Information Modeling*) é uma ferramenta essencial para a nossa governança e gestão integrada dos projetos. Com o BIM, conseguimos simular cenários, otimizar recursos e planear todo o ciclo de vida dos edifícios, promovendo a circularidade dos materiais e alinhando-nos com os princípios da economia circular e da sustentabilidade.

A inteligência artificial entra como um suporte valioso nestes processos, ajudando na análise de dados complexos para uma tomada de decisão mais objetiva, rápida e transparente. Ela complementa o BIM e as GO APPS, tornando a gestão dos projetos mais rigorosa e eficiente, mas sempre integrada numa visão humana e ética da construção.

Em suma, a incorporação da inteligência artificial no Grupo Casais é feita de forma estratégica e complementar, potenciando a digitalização e a inovação tecnológica para reforçar a nossa responsabilidade ambiental, inclusão social e boa governança, fatores essenciais para o sucesso da nossa internacionalização e para o futuro sustentável do setor.

TENDO EM CONTA OS PRÉMIOS CONQUISTADOS, QUE PROJETOS OU SOLUÇÕES CONSIDERA TEREM SIDO DETERMINANTES PARA ESSE RECONHECIMENTO?

Quando olhamos para os prémios que temos vindo a conquistar, vejo neles o reconhecimento do caminho que temos trilhado com muita convicção: apostar na inovação, na sustentabilidade e na qualidade em tudo o que fazemos. Um dos projetos que mais nos orgulha e que foi determinante para esse reconhecimento é o “The First”, em Guimarães. Este é o primeiro edifício híbrido industrializado da Península Ibérica, onde combinámos madeira e

real-time visualisation of their components, facilitating predictive maintenance and efficient resource management. GO AR, on the other hand, uses augmented reality to offer detailed interaction with properties, increasing transparency and confidence for clients and investors throughout the construction process.

At the same time, BIM (*Building Information Modelling*) is an essential tool for our governance and integrated project management. With BIM, we can simulate scenarios, optimise resources and plan the entire life cycle of buildings, promoting the circularity of materials and aligning ourselves with the principles of the circular economy and sustainability.

Artificial intelligence provides valuable support in these processes, helping to analyse complex data for more objective, rapid and transparent decision-making. It complements BIM and GO APPS, making project management more rigorous and efficient, but always integrated into a humane and ethical vision of construction.

In short, the incorporation of artificial intelligence into the Casais Group is done in a strategic and complementary way, leveraging digitalisation and technological innovation to reinforce our environmental responsibility, social inclusion and good governance, which are essential factors for the success of our internationalisation and for the sustainable future of the sector.

TAKING INTO ACCOUNT THE AWARDS YOU'VE WON, WHAT PROJECTS OR SOLUTIONS DO YOU THINK HAVE BEEN DECISIVE FOR THIS RECOGNITION?

I see these rewards as recognition of the path we have been following with great conviction: focusing on innovation, sustainability and quality in everything we do. One of the projects we're most proud of and which has been a determining factor in this recognition is “The First”, in Guimarães. This is the first industrialised hybrid building on the Iberian Peninsula, where we combined wood and concrete in an innovative way, drastically reducing the use of materials, emissions and construction time. In addition, the project was designed to guarantee the reuse of its components, in line with the circular economy and ESG principles that are at the centre of our strategy. Another important example is the B&B Hotel Madrid Tres Cantos, which reinforces our ability to take these solutions across borders, showing that industrialised and sus-



betão de forma inovadora, reduzindo drasticamente o uso de materiais, as emissões e o tempo de construção. Além disso, o projeto foi pensado para garantir a reutilização dos seus componentes, alinhando-se com a economia circular e com os princípios ESG que estão no centro da nossa estratégia.

Outro exemplo importante é o B&B Hotel Madrid Tres Cantos, que reforça a nossa capacidade de levar estas soluções para além-fronteiras, mostrando que a construção industrializada e sustentável é uma realidade possível e competitiva no mercado internacional.

Mas não são só os projetos em si que fazem a diferença. A digitalização das nossas fábricas, o uso do BIM para gerir os projetos de forma integrada e as GO APPS que desenvolvemos para aproximar clientes e parceiros, são também fatores chave para garantir a qualidade, a transparência e a eficiência que os prémios valorizam. E claro, tudo isto só é possível porque temos uma equipa dedicada, com competências técnicas especializadas, que abraça a inovação e a sustentabilidade como valores essenciais.

DE QUE FORMA A DIGITALIZAÇÃO E A INCORPORAÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS CONTRIBUEM TAMBÉM PARA A RESPONSABILIDADE AMBIENTAL, A INCLUSÃO SOCIAL E A BOA GOVERNANÇA?

Quando falamos de digitalização e novas tecnologias no Grupo Casais, não estamos só a falar de modernizar processos — estamos mesmo a transformar a forma como construímos, pensando no impacto que temos no ambiente, nas pessoas e na forma como gerimos tudo isso.

Por exemplo, a digitalização das nossas fábricas permite-nos produzir com muito mais precisão e menos desperdício. Isso é fundamental para a nossa responsabilidade ambiental — conseguimos reduzir o uso de materiais, diminuir as emissões e controlar melhor o impacto das obras nas comunidades. Um projeto como “The First” mostra bem isso: usamos muito menos betão do que numa construção tradicional, acelerámos os prazos e garantimos que os materiais podem ser reutilizados no futuro. É uma mudança de paradigma.

Do ponto de vista social, a digitalização cria empregos mais qualificados e dá estabilidade às nossas equipas. Não é só uma questão de tecnologia, é uma questão de pessoas. As GO APPS, como a GO TWIN e a GO AR, são ferramentas que aproximam toda a gente — clientes, parceiros, equipas — e permitem acompanhar o projeto em

sustainable construction is a possible and competitive reality on the international market.

But it's not just the projects themselves that make the difference. The digitalisation of our factories, the use of BIM to manage projects in an integrated way and the GO APPS we have developed to bring clients and partners closer together are also key factors in guaranteeing the quality, transparency and efficiency that the awards value. And of course, all of this is only possible because we have a dedicated team with specialised technical skills that embraces innovation and sustainability as core values.

HOW DO DIGITALISATION AND THE INCORPORATION OF NEW TECHNOLOGIES CONTRIBUTE TO ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY, SOCIAL INCLUSION AND GOOD GOVERNANCE?

When we talk about digitalisation and new technologies at Grupo Casais, we're not just talking about modernising processes - we're really transforming the way we build, thinking about the impact we have on the environment, on people and on the way we manage it all.

For example, the digitalisation of our factories allows us to produce with much more precision and less waste. This is fundamental to our environmental responsibility — we've been able to reduce the use of materials, cut emissions and better control the impact of construction work on communities. A project like "The First" shows this well: we use much less concrete than in traditional construction, we have accelerated deadlines and we guarantee that materials can be reused in the future. It's a paradigm shift.

From a social point of view, digitalisation creates more qualified jobs and gives stability to our teams. It's not just a question of technology, it's a question of people. GO APPS, such as GO TWIN and GO AR, are tools that bring everyone together — clients, partners, teams — and allow us to monitor the project in real time. This creates a relationship of trust and inclusion that is essential to the success of our projects.

And in governance, BIM and Artificial Intelligence are fundamental to integrated, transparent and efficient management. With BIM, we can simulate everything before building, optimise resources and ensure that materials circulate within the circular economy. AI helps us make faster, more informed decisions, which is crucial to maintaining ethics and responsibility in everything we do.

tempo real. Isso cria uma relação de confiança e inclusão que é essencial para o sucesso dos nossos projetos.

E na governança, o BIM e a Inteligência Artificial são fundamentais para termos uma gestão integrada, transparente e eficiente. Com o BIM, conseguimos simular tudo antes de construir, otimizar recursos e garantir que os materiais circulem dentro da economia circular. A IA ajuda-nos a tomar decisões mais rápidas e fundamentadas, o que é crucial para manter a ética e a responsabilidade em tudo o que fazemos.

QUAL TEM SIDO O CONTRIBUTO DAS EQUIPAS DE LIDERANÇA LOCAIS NA IMPLEMENTAÇÃO EFICAZ DAS POLÍTICAS ESG DEFINIDAS AO NÍVEL CORPORATIVO?

As equipas de liderança locais têm um papel fundamental na implementação eficaz das políticas ESG definidas ao nível corporativo. São elas que adaptam os objetivos globais às especificidades de cada mercado, assegurando que as metas estratégicas sejam cumpridas de forma consistente e relevante.

Por serem conhecedoras profundas das partes interessadas locais, da legislação, da cultura e das oportunidades específicas de cada região, estas equipas estão na melhor posição para garantir que as iniciativas ESG estejam alinhadas com a realidade do seu território. Muitas vezes, essa proximidade permite-lhes identificar prioridades distintas, como investimentos, desenvolvimentos ou parcerias que, embora possam não ser evidentes a nível central, são essenciais para o sucesso local e para o impacto positivo nas comunidades onde operamos.

Este contributo das lideranças locais é, portanto, decisivo para que o Grupo Casais mantenha uma atuação sustentável, responsável e adaptada às necessidades e desafios de cada mercado.

QUE RECOMENDAÇÕES DARIA ÀS EMPRESAS PORTUGUESAS QUE AMBICIONAM INTERNACIONALIZAR-SE, NO ÂMBITO DA RESPONSABILIDADE AMBIENTAL, SOCIAL E DE GOVERNANÇA?

Quando falamos de internacionalização, especialmente no âmbito da responsabilidade ambiental, social e de governança, para mim fica claro que as empresas têm de estar preparadas para transformar profundamente a forma como operam. Não basta querer crescer lá fora; é preciso

WHAT CONTRIBUTION HAVE LOCAL LEADERSHIP TEAMS MADE TO THE EFFECTIVE IMPLEMENTATION OF ESG POLICIES DEFINED AT CORPORATE LEVEL?

Local leadership teams play a key role in the effective implementation of ESG policies defined at corporate level. They are the ones who adapt the global objectives to the specificities of each market, ensuring that the strategic goals are met in a consistent and relevant way.

Because they have in-depth knowledge of local stakeholders, legislation, culture and the specific opportunities of each region, these teams are in the best position to ensure that ESG initiatives are aligned with the reality of their territory. Often, this proximity allows them to identify distinct priorities, such as investments, developments or partnerships that, although they may not be evident at a central level, are essential for local success and positive impact in the communities where we operate.

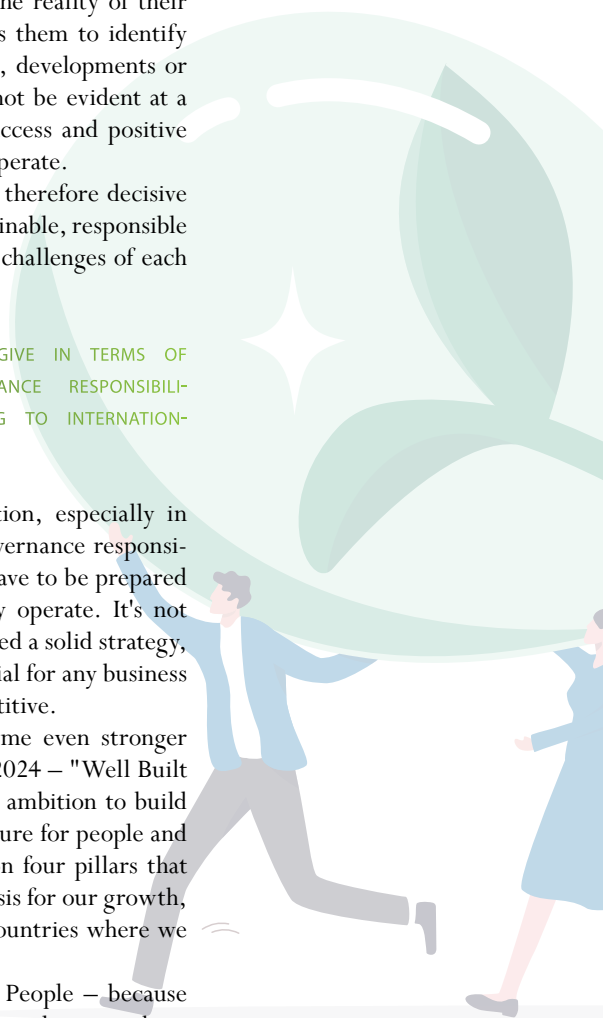
This contribution from local leaders is therefore decisive for the Casais Group to maintain a sustainable, responsible performance adapted to the needs and challenges of each market.

WHAT RECOMMENDATIONS WOULD YOU GIVE IN TERMS OF ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE RESPONSIBILITY TO PORTUGUESE COMPANIES LOOKING TO INTERNATIONALISE?

When we talk about internationalisation, especially in terms of environmental, social and governance responsibility, it's clear to me that companies have to be prepared to profoundly transform the way they operate. It's not enough to want to grow abroad; you need a solid strategy, aligned with values that are now essential for any business that wants to be sustainable and competitive.

At Casais, this commitment has become even stronger with our new positioning launched in 2024 – "Well Built for Good Living" – which reflects our ambition to build not only buildings, but also a better future for people and the planet. This positioning is based on four pillars that guide our entire strategy and are the basis for our growth, both in Portugal and in the 17 other countries where we are present.

It all starts with Competent and Safe People – because without prepared, motivated and protected teams, there



ter uma estratégia sólida, alinhada com valores que hoje são essenciais para qualquer negócio que queira ser sustentável e competitivo.

Na Casais, este compromisso ficou ainda mais forte com o nosso novo posicionamento lançado em 2024 — “Well Built for Well Living” — que reflete a nossa ambição de construir não só edifícios, mas também um futuro melhor para as pessoas e para o planeta. Esse posicionamento assenta em quatro pilares que orientam toda a nossa estratégia e que são a base para o nosso crescimento, tanto em Portugal como nos outros 17 países onde estamos presentes.

Tudo começa pelas Pessoas Competentes e Seguras — porque sem equipas preparadas, motivadas e protegidas, não há internacionalização que funcione. Depois, o Negócio Ético e Colaborativo é fundamental: construir relações de confiança com clientes, parceiros e comunidades, com transparência e respeito, é o que nos permite criar parcerias sólidas e duradouras.

A inovação e a sustentabilidade são o motor que nos mantém na vanguarda, e é por isso que apostamos em Soluções Conscientes e Inovadoras. Utilizamos a digitalização, o BIM, as nossas GO APPS e promovemos a economia circular para garantir que construímos de forma eficiente, com menos desperdício e impacto ambiental reduzido. Construir hoje é gerir recursos, antecipar desafios e adaptar soluções a cada contexto.

Por fim, o pilar do Território Partilhado e Valorizado reforça o nosso compromisso com as comunidades e os ecossistemas onde atuamos. Internacionalizar não é só levar um produto ou serviço, é levar uma forma de estar que respeita e valoriza o local, contribuindo para um legado positivo.

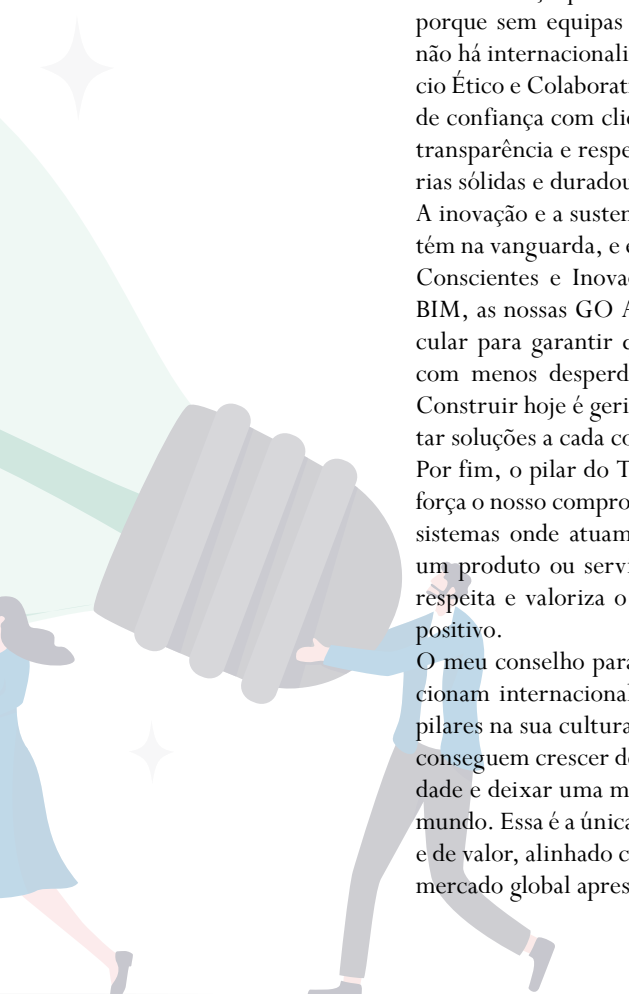
O meu conselho para as empresas portuguesas que ambicionam internacionalizar-se é que integrem estes quatro pilares na sua cultura e estratégia desde o início. Só assim conseguem crescer de forma sustentável, ganhar credibilidade e deixar uma marca positiva, seja em Portugal ou no mundo. Essa é a única forma de construir um futuro sólido e de valor, alinhado com os desafios e oportunidades que o mercado global apresenta.

is no internationalisation that works. Next, Ethical and Collaborative Business is fundamental: building relationships of trust with clients, partners and communities, with transparency and respect, is what allows us to create solid and lasting partnerships.

Innovation and sustainability are the driving forces that keep us at the forefront, which is why we are committed to Conscious and Innovative Solutions. We use digitalisation, BIM, our GO APPS and promote the circular economy to ensure that we build efficiently, with less waste and reduced environmental impact. Building today means managing resources, anticipating challenges and adapting solutions to each context.

Finally, the Shared and Valued Territory pillar reinforces our commitment to the communities and ecosystems where we operate. Internationalising isn't just about bringing a product or service, it's about bringing a way of being that respects and values the place, contributing to a positive legacy.

My advice to Portuguese companies looking to internationalise is to integrate these four pillars into their culture and strategy right from the start. Only in this way can they grow sustainably, gain credibility and leave a positive mark, whether in Portugal or around the world. This is the only way to build a solid and valuable future, aligned with the challenges and opportunities presented by the global market.





BOW EXPORT COMPLIANCE ACADEMY

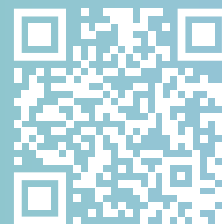
A plataforma digital BOW Export Compliance Academy está centrada na disponibilização de informação referente ao *compliance* para exportar, no âmbito regulatório, quer aduaneiro como de certificações ambientais e outras, bem como de boas práticas de cibersegurança e prevenção da espionagem económica nas relações comerciais internacionais.

A informação disponibilizada compreende um enquadramento sobre a importância do *compliance* Internacional e sistematiza informação sobre cinco áreas. É também disponibilizada nesta plataforma uma área de Recursos, a qual pretende agregar informação sobre recursos disponíveis em fontes abertas, como documentos, guias, modelos e *links* úteis, nacionais e internacionais.

Na plataforma digital BOW Export Compliance Academy partilhamos também artigos, análises e *insights* sobre temas relevantes de *compliance* na área de Blog.

Esta é uma ferramenta digital para consulta, que pretende robustecer as empresas na sua atividade de internacionalização e exportação, no âmbito do *compliance*, quer na perspetiva B2B tradicional como de *E-commerce*, procurando uma agregação e disseminação de conteúdos da maior importância, de forma não exhaustiva, mas de grande abrangência dadas as especificidades de cada empresa e dos mercados-alvo.





Visite a plataforma

www.bowexportcomplianceacademy.com





Mercado-Alvo
Target Market

Região Nórdica como Polo de Inovação e Sustentabilidade

Nordic Region as a Pole of Innovation and Sustainability

A região nórdica continua a destacar-se como uma das mais dinâmicas e avançadas do mundo, aliando uma economia forte, elevada qualidade de vida e um forte compromisso com a inovação e a sustentabilidade.

A Dinamarca, terceira maior economia nórdica e com o terceiro maior PIB *per capita* da União Europeia, destaca-se pelo ambiente económico altamente competitivo e atrativo do investimento. Com uma economia fortemente industrializada, a Dinamarca aposta em bens de elevado valor acrescentado e especializa-se em setores como: farmacêutico, energético e da indústria transformadora. Beneficiando de uma força laboral qualificada e finanças públicas sólidas, este país oferece um contexto propício ao desenvolvimento de novas oportunidades nos setores agrícola, industrial, da saúde e das *fintech*.

Já a Noruega, é considerada ser a segunda maior economia escandinava e membro do Espaço Económico Europeu. É também reconhecida como o quarto maior exportador mundial de gás natural e produtora de petróleo. Com uma mão de obra qualificada e uma economia com uma trajetória de crescimento consistente, a Noruega tem vindo a diversificar a sua base produtiva, apostando nas tecnologias de informação e comunicação. Esta diversificação tem reforçado a competitividade do país e facilitado a sua integração comercial com a Europa, ao alinhar a sua oferta de bens e serviços com as exigências dos mercados europeus.

As oportunidades de investimento na Noruega são particularmente promissoras em setores que conjugam inovação e sustentabilidade. Estes domínios beneficiam não só da estabilidade institucional e da qualidade da infraestrutura nacional, mas também do forte compromisso do país com a transformação ecológica e digital da sua economia.

A Finlândia, por sua vez, é hoje um dos países mais desenvolvidas da Europa Ocidental, com um dos mais elevados PIB *per capita* da região. Apresenta uma economia diversificada e orientada para a exportação, sustentada pela qualidade do ensino, igualdade de oportunidades e uma sólida rede de proteção social. Fortemente industria-

The Nordic region continues to stand out as one of the most dynamic and advanced in the world, combining a strong economy, high quality of life and a strong commitment to innovation and sustainability.

Denmark, the third largest Nordic economy and with the third highest GDP per capita in the European Union, stands out for its highly competitive and investment-attractive economic environment. With a highly industrialised economy, Denmark focuses on high value-added goods and specialises in sectors such as pharmaceuticals, energy and manufacturing. Benefiting from a skilled labour force and sound public finances, Denmark offers a favourable context for the development of new opportunities in the agricultural, industrial, health and fintech sectors.

Norway, meanwhile, is considered Scandinavia's second largest economy and a member of the European Economic Area. It is also recognised as the world's fourth largest natural gas exporter and oil producer. With a skilled labour force and an economy on a consistent growth path, Norway has been diversifying its production base, focusing on information and communication technologies. This diversification has strengthened the country's competitiveness and facilitated its trade integration with Europe by aligning its supply of goods and services with the demands of European markets.

Investment opportunities in Norway are particularly promising in sectors that combine innovation and sustainability. These areas benefit not only from institutional stability and the quality of the national infrastructure, but also from the country's strong commitment to the ecological and digital transformation of its economy.

Finland, for its part, is today one of the most developed countries in Western Europe, with one of the highest GDPs per capita in the region. It has a diversified, export-orientated economy, underpinned by quality education, equal opportunities and a solid social protection network. Strongly industrialised and competitive, its



OSLO, NORUEGA

lizada e competitiva, a sua estrutura produtiva assenta nos setores florestal, de engenharia, eletrónica, biotecnologia e indústria transformadora. Apesar da dependência da importação de matérias-primas, energia e componentes a Finlândia tem conseguido gerar valor graças ao investimento contínuo em investigação e desenvolvimento, bem como à qualificação da mão de obra e à robustez das suas instituições.

Por fim, a Suécia, a maior economia nórdica, destaca-se pelo seu papel de liderança em setores como a indústria automóvel, tecnologias limpas e inovação digital. A sua aposta contínua na investigação e desenvolvimento, aliada a um ambiente empresarial robusto, tem impulsionado a sua presença nos mercados internacionais.

Adicionalmente, este mercado apresenta um saldo positivo na balança corrente e um dos PIB *per capita* mais elevados da União Europeia. O seu sucesso económico baseia-se na maturidade tecnológica, na excelência em inovação e numa cultura empresarial sofisticada. Estes fatores fazem da Suécia um destino privilegiado para investimento internacional, especialmente em setores de alta tecnologia, que combinam sustentabilidade, inovação e estilo de vida.

productive structure is based on the forestry, engineering, electronics, biotechnology and manufacturing sectors. Despite its dependence on imports of raw materials, energy and components, Finland has managed to generate value thanks to continuous investment in research and development, as well as the qualification of its workforce and the strength of its institutions.

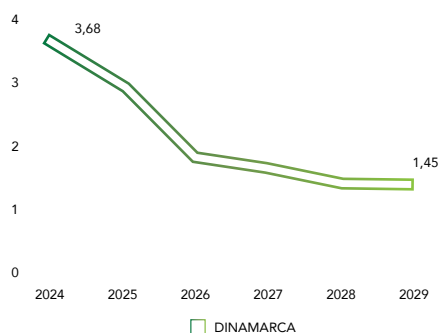
Finally, Sweden, the largest Nordic economy, stands out for its leading role in sectors such as the automotive industry, clean technologies and digital innovation. Its continuous commitment to research and development, combined with a robust business environment, has boosted its presence in international markets.

In addition, this market has a positive current account balance and one of the highest GDPs per capita in the European Union. Its economic success is based on technological maturity, excellence in innovation and a sophisticated business culture. These factors make Sweden a favoured destination for international investment, especially in high-tech sectors that combine sustainability, innovation and lifestyle.

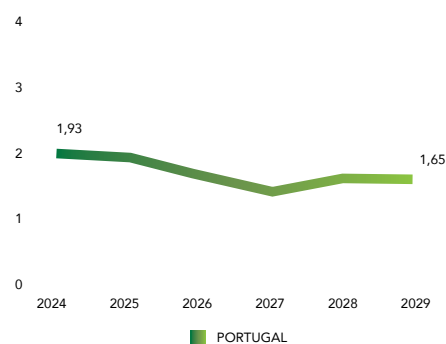
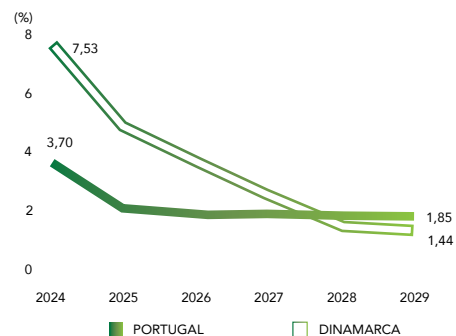
Dinamarca, Finlândia, Noruega. Suécia

Enquadramento e previsões macroeconómicas até 2029:
Portugal vs. Dinamarca

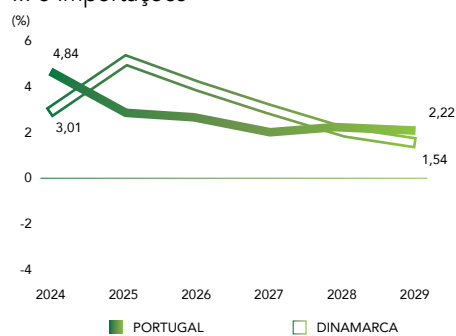
PIB (Preços constantes, variação em percentagem)



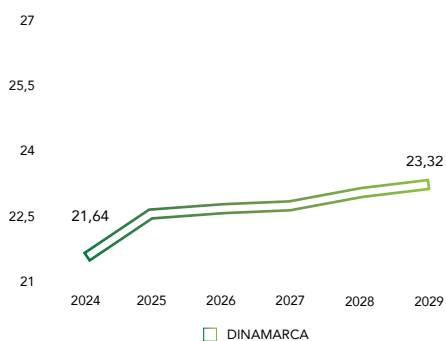
Exportações de bens, mercadorias e serviços...



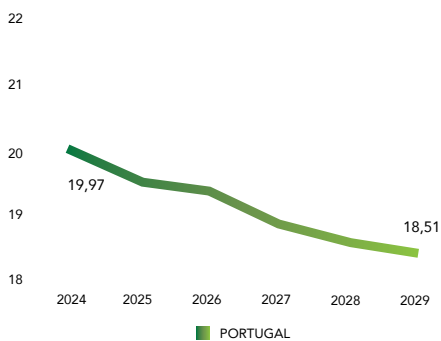
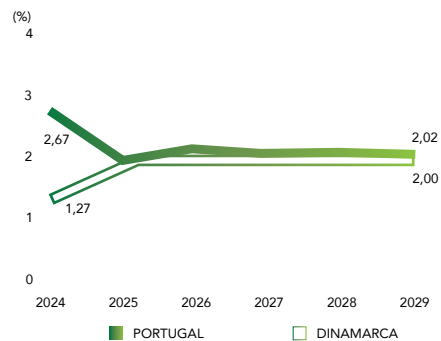
... e Importações



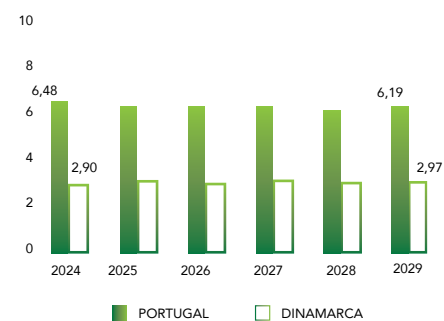
Investimento Total (% do PIB)



Inflação (média de preços do consumidor)



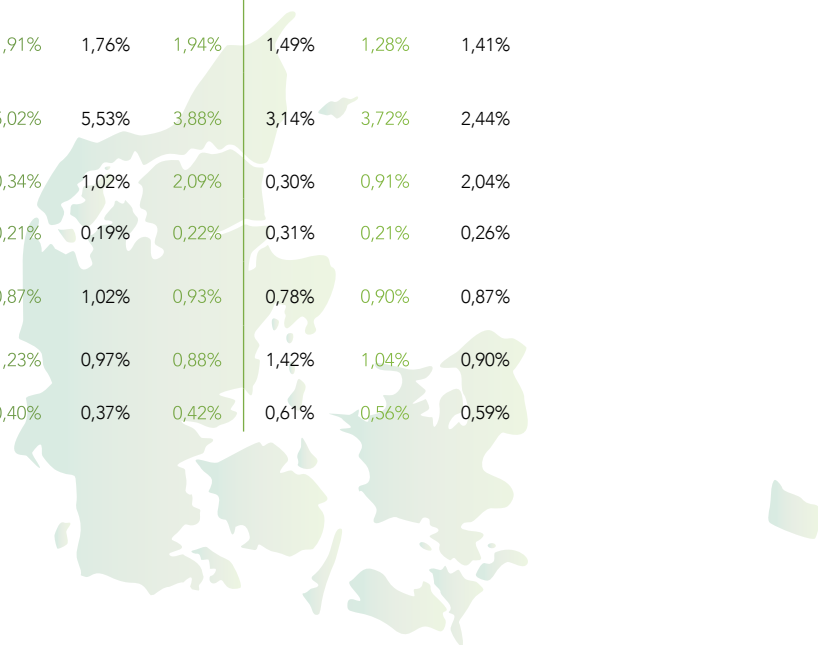
Taxa de desemprego (%)



Relações bilaterais entre Dinamarca e Portugal entre 2022 e 2024

Principais famílias de produtos (em milhares de euros)

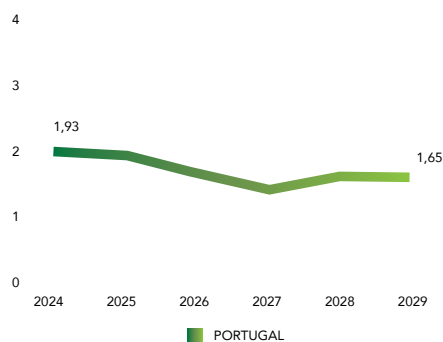
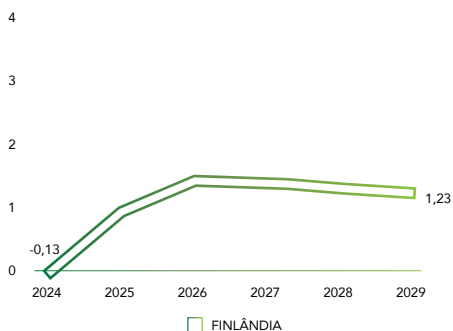
	Dinamarca (importações de Portugal k€)			Quota de Portugal na Dinamarca (%)			Quota da Dinamarca nas exportações de Portugal (%)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Calçado, polainas e semelhantes; e respetivas partes	89 896	70 036	73 154	7,58%	6,99%	6,70%	4,32%	3,66%	4,08%
Químicos orgânicos	57 938	29 490	57 515	4,28%	2,18%	3,06%	4,07%	4,01%	7,58%
Vestuário e seus acessórios, de malha	46 149	54 137	46 989	1,56%	2,51%	1,90%	1,82%	2,33%	2,13%
Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres	23 946	23 638	26 860	1,50%	1,64%	1,88%	1,75%	1,70%	1,90%
Vestuário e seus acessórios, exceto de malha	26 206	27 533	22 565	0,79%	1,07%	0,81%	2,60%	2,61%	2,23%
Obras de ferro ou aço	11 473	13 103	21 551	0,32%	0,41%	0,68%	0,46%	0,54%	0,88%
Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos; suas partes	17 284	17 640	20 574	0,13%	0,14%	0,16%	0,37%	0,33%	0,42%
Madeira e suas obras; carvão de madeira	19 218	31 889	17 541	0,74%	1,43%	0,79%	1,93%	3,49%	2,00%
Produtos farmacêuticos	6 422	9 818	15 272	0,12%	0,20%	0,25%	0,36%	0,36%	0,46%
Plástico e suas obras	15 551	12 933	14 203	0,32%	0,31%	0,33%	0,38%	0,35%	0,39%
Produtos de cerâmica	17 266	11 036	13 486	4,52%	3,80%	4,10%	1,78%	1,24%	1,54%
Instrumentos e aparelhos de ótica, fotografia e cinematografia, medida, verificação e precisão; instrumentos e aparelhos cirúrgicos	13 607	14 249	13 276	0,40%	0,42%	0,38%	0,67%	0,63%	0,57%
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos e suas partes; aparelhos de gravação ou de reprodução de som, aparelhos de gravação	9 388	10 202	12 825	0,08%	0,09%	0,12%	0,14%	0,15%	0,18%
Outros artefactos têxteis confeccionados; sortidos; vestuário usado e artigos têxteis usados; trapos	12 516	9 399	11 071	1,91%	1,76%	1,94%	1,49%	1,28%	1,41%
Pastas (ouates), feltros e falsos tecidos; fios especiais, cordéis, cordas e cabos; artigos de cordoaria	10 501	11 182	7 835	5,02%	5,53%	3,88%	3,14%	3,72%	2,44%
Sal; enxofre; terras e pedras; gesso, cal e cimento	1 169	3 393	7 582	0,34%	1,02%	2,09%	0,30%	0,91%	2,04%
Móveis; mobiliário médico-cirúrgico; colchões, almofadas e semelhantes	6 753	4 925	6 065	0,21%	0,19%	0,22%	0,31%	0,21%	0,26%
Preparações de produtos hortícolas, de frutas e de outras plantas ou partes de plantas	4 891	6 094	6 032	0,87%	1,02%	0,93%	0,78%	0,90%	0,87%
Obras de pedra, gesso, cimento, amianto, mica ou de matérias semelhantes	9 077	6 553	5 596	1,23%	0,97%	0,88%	1,42%	1,04%	0,90%
Todos os produtos	484 652	435 904	468 210	0,40%	0,37%	0,42%	0,61%	0,56%	0,59%



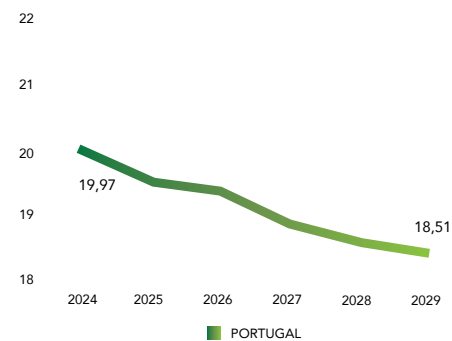
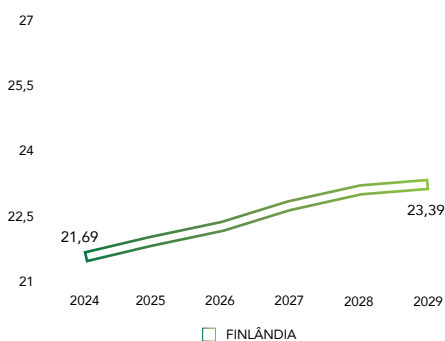
Dinamarca, Finlândia, Noruega, Suécia

Enquadramento e previsões macroeconómicas até 2029:
Portugal vs. Finlândia

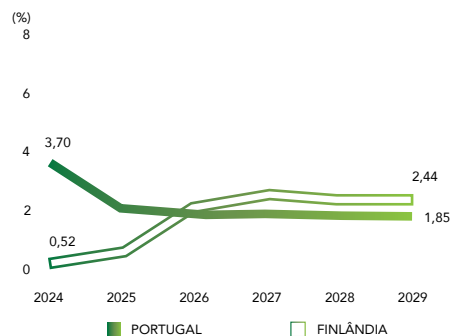
PIB (Preços constantes, variação em percentagem)



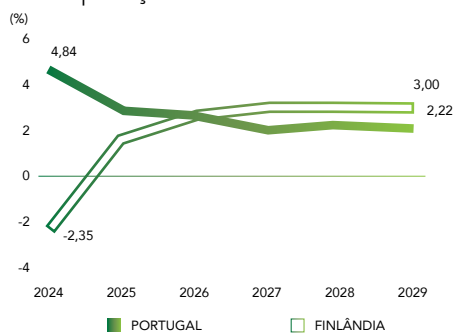
Investimento Total (% do PIB)



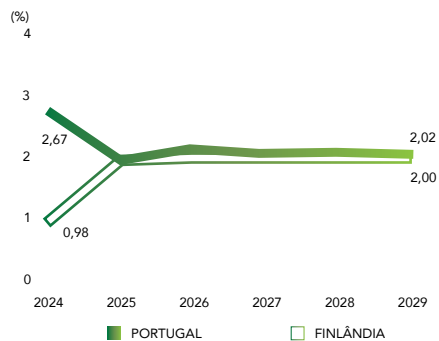
Exportações de bens, mercadorias e serviços...



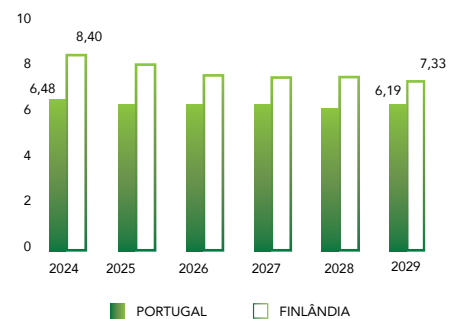
... e Importações



Inflação (média de preços do consumidor)



Taxa de desemprego (%)



Relações bilaterais entre Finlândia e Portugal entre 2022 e 2024

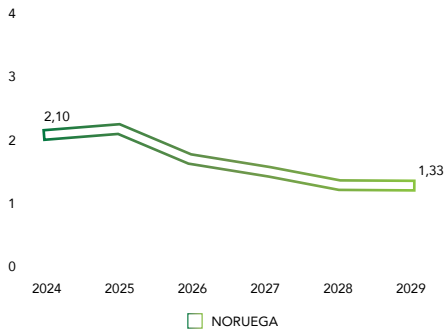
Principais famílias de produtos (em milhares de euros)

	Finlândia (importações de Portugal k€)			Quota de Portugal na Finlândia (%)			Quota da Finlândia nas exportações de Portugal (%)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Minérios, escórias e cinzas	286 105	221 977	127 870	9,16%	9,07%	4,72%	41,42%	36,07%	20,19%
Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos; suas partes	15 258	15 516	119 278	0,14%	0,16%	1,26%	0,33%	0,29%	2,44%
Combustíveis minerais, óleos minerais e produtos da sua destilação	0	0	112 959	0,00%	0,00%	1,10%	0,00%	0,00%	2,04%
Veículos automóveis, tratores, ciclos e outros veículos terrestres	38 038	21 339	26 282	0,54%	0,29%	0,40%	0,41%	0,22%	0,27%
Vestuário e seus acessórios, de malha	20 254	14 545	12 648	2,57%	2,30%	2,01%	0,80%	0,62%	0,57%
Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres	12 333	12 629	12 546	1,71%	1,87%	1,83%	0,90%	0,91%	0,89%
Produtos farmacêuticos	6 085	5 108	12 113	0,25%	0,21%	0,50%	0,34%	0,19%	0,36%
Calçado, polainas e semelhantes; e respetivas partes	9 299	10 158	11 356	2,21%	2,76%	3,18%	0,45%	0,53%	0,63%
Produtos de cerâmica	11 425	10 356	9 900	4,84%	5,84%	5,54%	1,18%	1,17%	1,13%
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos e suas partes; aparelhos de gravação ou de reprodução de som, aparelhos de gravação	7 863	10 406	8 789	0,09%	0,12%	0,10%	0,12%	0,16%	0,13%
Plástico e suas obras	10 267	7 987	7 642	0,34%	0,33%	0,31%	0,25%	0,22%	0,21%
Outros artefactos têxteis confeccionados; sortidos; vestuário usado e artigos têxteis usados; trapos	8 570	7 531	7 174	2,93%	3,57%	3,34%	1,02%	1,03%	0,91%
Borracha e suas obras	11 529	10 326	7 031	1,18%	1,38%	0,95%	0,72%	0,58%	0,38%
Preparações de produtos hortícolas, de frutas e de outras plantas ou partes de plantas	4 227	5 714	5 829	1,13%	1,42%	1,38%	0,68%	0,84%	0,84%
Instrumentos e aparelhos de ótica, fotografia e cinematografia, medida, verificação e precisão; instrumentos e aparelhos cirúrgicos	5 440	4 159	5 761	0,24%	0,18%	0,26%	0,27%	0,18%	0,25%
Vestuário e seus acessórios, exceto de malha	4 944	4 184	3 915	0,62%	0,62%	0,63%	0,49%	0,40%	0,39%
Tabaco e sucedâneos do tabaco manufacturados; produtos, contendo ou não nicotina	2 786	2 969	3 541	2,08%	2,19%	2,27%	0,37%	0,36%	0,37%
Preparados alimentares diversos	4 221	4 141	3 480	0,89%	0,81%	0,67%	1,24%	1,04%	0,88%
Móveis; mobiliário médico-cirúrgico; colchões, almofadas e semelhantes	2 584	2 649	3 118	0,18%	0,23%	0,30%	0,12%	0,11%	0,14%
Todos os produtos	517 958	405 576	531 455	0,56%	0,53%	0,72%	0,66%	0,52%	0,67%

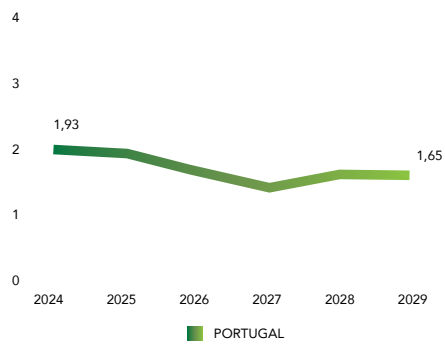
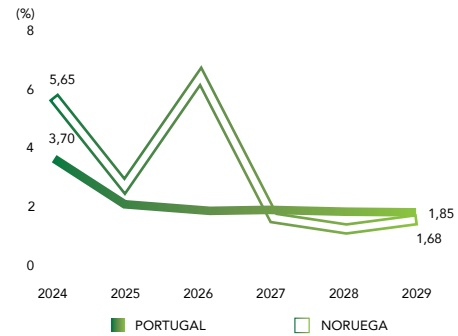
Dinamarca, Finlândia, **Noruega**, Suécia

Enquadramento e previsões macroeconómicas até 2029:
Portugal vs. Noruega

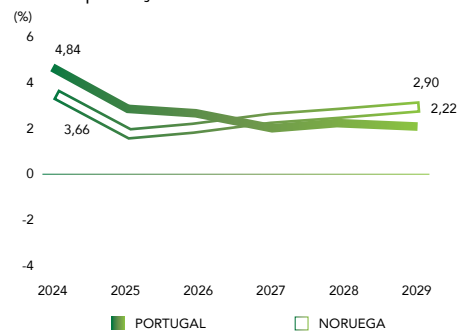
PIB (Preços constantes, variação em percentagem)



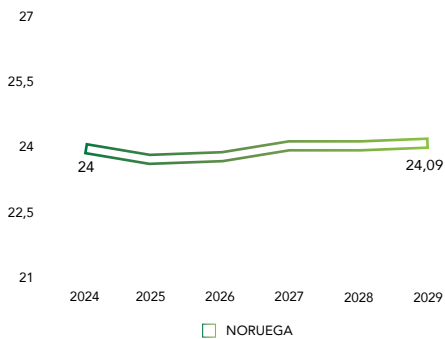
Exportações de bens, mercadorias e serviços...



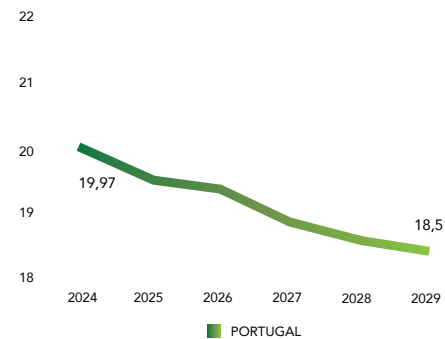
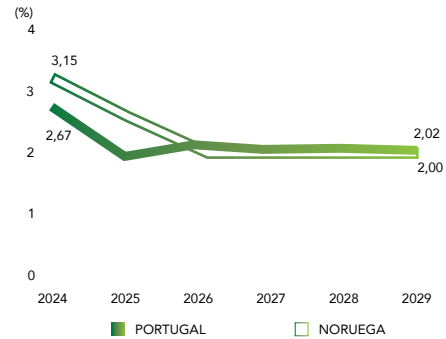
... e Importações



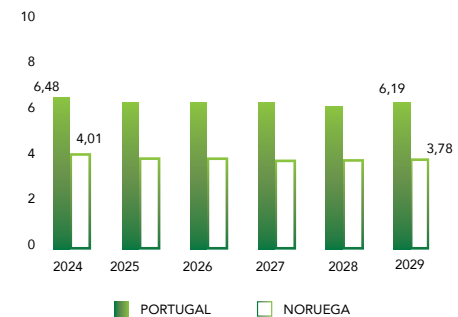
Investimento Total (% do PIB)



Inflação (média de preços do consumidor)



Taxa de desemprego (%)



Relações bilaterais entre Noruega e Portugal entre 2022 e 2024

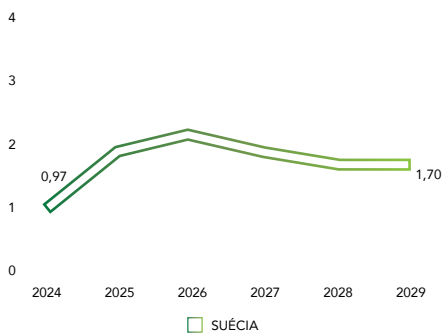
Principais famílias de produtos (em milhares de euros)

	Noruega (importações de Portugal k€)			Quota de Portugal na Noruega (%)			Quota da Noruega nas exportações de Portugal (%)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Minérios, escórias e cinzas	121 251	66 964	65 908	12,86%	11,53%	9,19%	17,55%	10,88%	10,41%
Calçado, polainas e semelhantes; e respetivas partes	36 117	29 175	25 013	4,49%	4,54%	3,82%	1,74%	1,53%	1,39%
Obras de ferro ou aço	18 120	12 761	21 824	0,44%	0,32%	0,51%	0,72%	0,53%	0,89%
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos e suas partes; aparelhos de gravação ou de reprodução de som, aparelhos de gravação	21 989	19 106	21 477	0,24%	0,22%	0,25%	0,33%	0,29%	0,31%
Obras de ferro ou aço	42 758	20 427	19 639	3,78%	2,39%	2,32%	2,12%	1,12%	1,14%
Vestuário e seus acessórios, de malha	27 790	19 403	17 673	2,18%	1,90%	1,67%	1,09%	0,83%	0,80%
Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres	14 412	15 922	15 996	1,39%	1,59%	1,64%	1,05%	1,15%	1,13%
Produtos diversos das indústrias químicas	118	121	15 147	0,01%	0,01%	1,35%	0,02%	0,03%	3,34%
Vestuário e seus acessórios, exceto de malha	15 041	13 865	12 229	1,11%	1,22%	1,06%	1,49%	1,31%	1,21%
Plástico e suas obras	10 556	10 186	12 092	0,35%	0,40%	0,48%	0,26%	0,28%	0,33%
Móveis; mobiliário médico-cirúrgico; colchões, almofadas e semelhantes	9 117	10 896	11 843	0,29%	0,43%	0,48%	0,42%	0,45%	0,51%
Produtos de cerâmica	14 062	11 476	10 659	4,84%	4,85%	4,40%	1,45%	1,29%	1,21%
Frutas frescas e frutas de casca rija; cascas de citrinos e de melões	8 915	8 522	9 454	1,19%	1,19%	1,25%	0,96%	0,87%	0,89%
Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos; suas partes	17 072	9 761	9 110	0,15%	0,08%	0,07%	0,37%	0,18%	0,19%
Instrumentos e aparelhos de ótica, fotografia e cinematografia, medida, verificação e precisão; instrumentos e aparelhos cirúrgicos	7 842	8 626	8 493	0,28%	0,31%	0,28%	0,39%	0,38%	0,37%
Produtos farmacêuticos	8 276	7 448	8 197	0,31%	0,31%	0,29%	0,46%	0,28%	0,25%
Outros artefactos têxteis confeccionados; sortidos; vestuário usado e artigos têxteis usados; trapos	9 697	7 746	7 062	2,02%	2,03%	1,83%	1,16%	1,06%	0,90%
Pastas (ouates), feltros e falsos tecidos; fios especiais, cordéis, cordas e cabos; artigos de cordoaria	6 585	6 147	6 422	2,73%	3,19%	3,20%	1,97%	2,04%	2,00%
Preparações alimentícias de cereais, farinhas, amidos, féculas ou leite; produtos de pastelaria	1 864	2 128	6 373	0,28%	0,30%	0,90%	0,39%	0,41%	1,16%
Todos os produtos	452 970	342 591	353 663	0,44%	0,38%	0,39%	0,57%	0,44%	0,45%

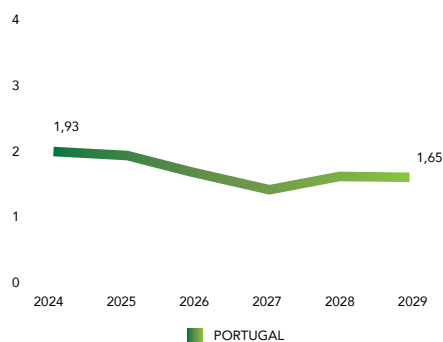
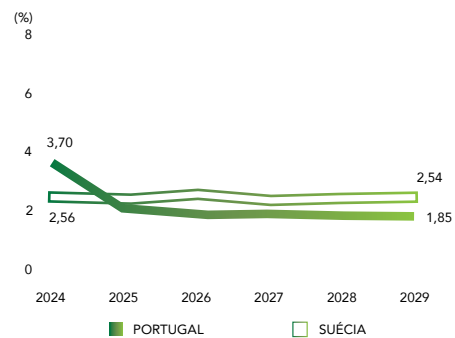
Dinamarca, Finlândia, Noruega, Suécia

Enquadramento e previsões macroeconómicas até 2029:
Portugal vs. Suécia

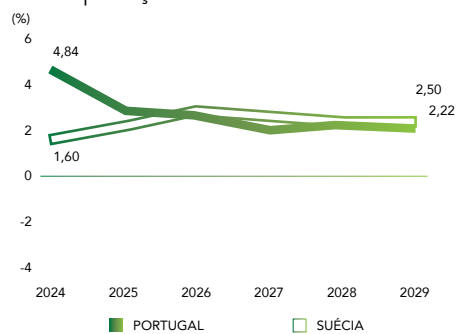
PIB (Preços constantes, variação em percentagem)



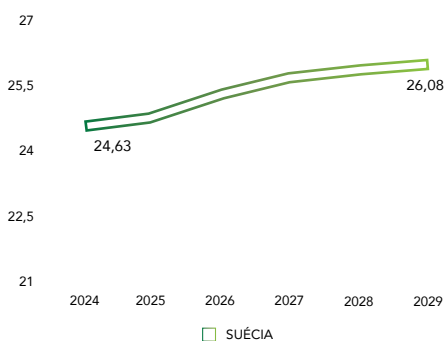
Exportações de bens, mercadorias e serviços...



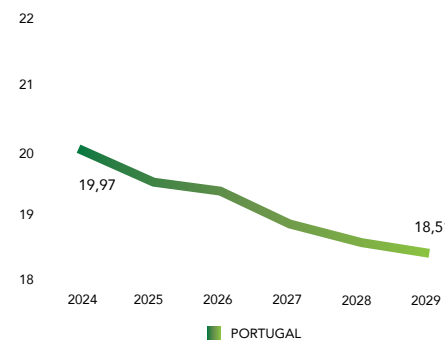
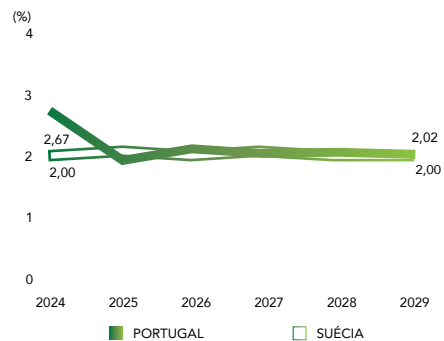
... e Importações



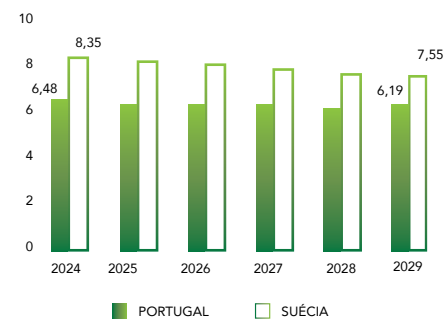
Investimento Total (% do PIB)



Inflação (média de preços do consumidor)



Taxa de desemprego (%)



Relações bilaterais entre Suécia e Portugal entre 2022 e 2024

Principais famílias de produtos (em milhares de euros)

	Suécia (importações de Portugal k€)			Quota de Portugal na Suécia (%)			Quota da Suécia nas exportações de Portugal (%)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos e suas partes; aparelhos de gravação ou de reprodução de som, aparelhos de gravação	129 010	186 931	250 488	0,57%	0,83%	1,13%	1,96%	2,81%	3,61%
Minérios, escórias e cinzas	83 133	107 780	128 735	7,20%	8,22%	7,45%	12,04%	17,51%	20,33%
Produtos não especificados em outra parte	88 220	91 851	111 032	1,09%	1,12%	1,31%	62,79%	70,14%	87,70%
Veículos automóveis, tratores, ciclos e outros veículos terrestres	26 812	77 094	98 491	0,14%	0,38%	0,54%	0,29%	0,80%	1,03%
Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos; suas partes	88 039	118 990	95 163	0,39%	0,54%	0,43%	1,90%	2,24%	1,95%
Instrumentos e aparelhos de ótica, fotografia e cinematografia, medida, verificação e precisão; instrumentos e aparelhos cirúrgicos	74 023	79 609	70 130	1,59%	1,77%	1,55%	3,64%	3,52%	3,02%
Pastas de madeira ou de outras matérias fibrosas celulósicas; papel ou cartão para reciclar (desperdícios e aparas)	64 372	52 888	66 416	13,19%	14,36%	14,71%	7,04%	6,57%	7,39%
Vestuário e seus acessórios, de malha	35 152	27 139	28 686	1,36%	1,34%	1,33%	1,38%	1,17%	1,30%
Vestuário e seus acessórios, exceto de malha	56 143	32 989	28 018	2,01%	1,47%	1,24%	5,56%	3,12%	2,77%
Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres	23 335	23 991	23 407	1,14%	1,31%	1,24%	1,70%	1,73%	1,66%
Móveis; mobiliário médico-cirúrgico; colchões, almofadas e semelhantes	7 107	12 751	22 024	0,18%	0,43%	0,76%	0,32%	0,53%	0,96%
Calçado, polainas e semelhantes; e respetivas partes	48 386	29 339	15 322	3,58%	2,68%	1,39%	2,32%	1,53%	0,85%
Produtos de cerâmica	23 246	18 621	14 995	4,84%	4,94%	4,22%	2,40%	2,10%	1,71%
Preparações de produtos hortícolas, de frutas e de outras plantas ou partes de plantas	11 132	13 148	14 724	1,37%	1,50%	1,63%	1,78%	1,94%	2,13%
Obras de ferro ou aço	40 887	12 531	10 635	0,86%	0,33%	0,30%	1,63%	0,52%	0,43%
Obras de pedra, gesso, cimento, amianto, mica ou de matérias semelhantes	10 973	11 244	10 550	1,32%	1,79%	1,87%	1,72%	1,78%	1,69%
Produtos farmacêuticos	10 726	7 115	9 695	0,18%	0,12%	0,14%	0,60%	0,26%	0,29%
Outros artefactos têxteis confeccionados; sortidos; vestuário usado e artigos têxteis usados; tapos	10 019	8 305	9 309	1,35%	1,53%	1,59%	1,19%	1,13%	1,19%
Plástico e suas obras	10 328	9 498	9 245	0,16%	0,18%	0,17%	0,25%	0,26%	0,26%
Todos os produtos	928 145	1 008 359	1 086 467	0,48%	0,56%	0,62%	1,18%	1,30%	1,37%

Testemunho/Gestora de Mercado

Experiencies/Market Manager



Sandra Silva

AÇÕES ESTRATÉGICAS DA AEP NO PRIMEIRO TRIMESTRE DE 2025:

FORTALECENDO A PRESENÇA PORTUGUESA EM MERCADOS INTERNACIONAIS

No decurso do primeiro trimestre de 2025, a Associação Empresarial de Portugal (AEP) implementou um plano estratégico de promoção e divulgação da participação de empresas portuguesas em feiras internacionais de relevo e missões empresariais. A eficácia destas iniciativas foi amplificada por uma comunicação atempada e direcionada, visando maximizar o impacto da presença nacional em mercados considerados estratégicos.

PARTICIPAÇÃO NA FEIRA BAU, MUNIQUE: DESTAQUE NO SETOR DA CONSTRUÇÃO

A primeira ação do ano ocorreu de 13 a 17 de janeiro, com a presença institucional da AEP e de cinco empresas portuguesas na Feira BAU, em Munique, Alemanha. Este evento, reconhecido globalmente no setor da construção e materiais de construção, constitui um ponto de encontro para os principais *decision-makers* da indústria. A divulgação prévia da participação portuguesa foi fundamental para a valorização da imagem coletiva da oferta nacional, catalisando o interesse de potenciais compradores e parceiros internacionais. A Alemanha, enquanto maior mercado da União Europeia e parceiro estratégico de Portugal, mantém-se como um pilar no plano de internacionalização da AEP.

MISSÃO EMPRESARIAL MULTISSETORIAL AO CANADÁ: CONSOLIDAÇÃO DE OPORTUNIDADES

No final de março, a AEP organizou uma missão em-

AEP'S STRATEGIC ACTIONS IN THE FIRST QUARTER OF 2025:

STRENGTHENING PORTUGAL'S PRESENCE IN INTERNATIONAL MARKETS


During the first quarter of 2025, the Portuguese Business Association (AEP) implemented a strategic plan to promote and publicise the participation of Portuguese companies in major international fairs and business missions. The effectiveness of these initiatives was amplified by timely and targeted communication, aimed at maximising the impact of the national presence in markets considered strategic.

PARTICIPATION IN THE BAU FAIR, MUNICH: HIGHLIGHT IN THE CONSTRUCTION SECTOR

The first event of the year took place from 13 to 17 January, with the institutional presence of AEP and five Portuguese companies at the BAU trade fair in Munich, Germany. This globally recognised event in the construction and building materials sector is a meeting point for the industry's main decision-makers. The prior publicity of the Portuguese participation was fundamental to enhancing the collective image of the national offer, sparking the interest of potential buyers and international partners. Germany, as the largest market in the European Union and Portugal's strategic partner, remains a pillar in AEP's internationalisation plan.

MULTISECTORAL TRADE MISSION TO CANADA: CONSOLIDATING OPPORTUNITIES

At the end of March, AEP organised a multi-sector trade mission to Canada, covering the cities of Vancouver and Toronto, with the participation of ten companies. This



presarial multissetorial ao Canadá, abrangendo as cidades de Vancouver e Toronto, e contando com a participação de dez empresas. Esta foi a décima missão empresarial da AEP a este mercado, sublinhando a consistência da abordagem a um país caracterizado pela sua estabilidade política, abertura ao comércio internacional e um dos mais elevados níveis de consumo privado a nível mundial. A divulgação estratégica desta missão foi crucial para assegurar a adesão das empresas participantes e para otimizar a experiência no terreno, que incluiu a realização de reuniões B2B altamente qualificadas e personalizadas às necessidades de cada empresa.

PRESENÇA NA FEIRA BAUMA, MUNIQUE: PROJEÇÃO DA ENGENHARIA NACIONAL

No início do segundo trimestre, merece destaque a participação da AEP e de seis empresas portuguesas na Feira BAUMA, igualmente em Munique. Com uma área de exposição superior a 600 mil metros quadrados, a BAUMA atrai aproximadamente meio milhão de visitantes. Esta ação estratégica permite projetar a engenharia nacional num ambiente altamente especializado e competitivo, consolidando a visibilidade das capacidades portuguesas.

REFORÇO DA POSIÇÃO PORTUGUESA EM MERCADOS CHAVE

Em suma, o primeiro trimestre de 2025 foi caracterizado por uma atuação estratégica e consistente da AEP, que contribuiu significativamente para o reforço do posicionamento das empresas portuguesas em mercados internacionais chave, impulsionando novas dinâmicas de contacto e oportunidades de negócio a nível global.

was AEP's tenth trade mission to this market, highlighting the consistency of the approach to a country characterised by its political stability, openness to international trade and one of the highest levels of private consumption in the world. The strategic promotion of this mission was crucial to ensure that the participating companies signed up and to optimise the experience on the ground, which included highly qualified B2B meetings tailored to the needs of each company.

PRESENCE AT THE BAUMA TRADE FAIR, MUNICH: PROJECTION OF NATIONAL ENGINEERING

At the start of the second quarter, AEP and six Portuguese companies took part in the BAUMA trade fair, also in Munich. With an exhibition area of over 600,000 square metres, BAUMA attracts around half a million visitors. This strategic action makes it possible to project national engineering in a highly specialised and competitive environment, consolidating the visibility of Portuguese capabilities.

STRENGTHENING PORTUGAL'S POSITION IN KEY MARKETS

In short, the first quarter of 2025 was marked by strategic and consistent action by AEP, which contributed significantly to strengthening the position of Portuguese companies in key international markets, driving new contact dynamics and business opportunities at a global level.





Internacionalização AEP

AEP Internationalisation

Eventos que nos levam mais além

Events that take us further

Jorge Marcolino

Diretor da Área Internacional da AEP

Head of the International Department at AEP

Foto: DR

Num contexto global marcado pela instabilidade geopolítica, pela transição digital e pelos desafios logísticos, a internacionalização continua a ser uma das principais alavancas de crescimento para as empresas portuguesas. Neste cenário exigente, no primeiro trimestre de 2025, o dinamismo da AEP traduziu-se num conjunto alargado de ações, feiras internacionais, missões empresariais e eventos estratégicos, fundamentais para a afirmação de Portugal nos mercados externos.

A primeira grande ação do ano aconteceu entre 13 e 17 de janeiro, com a participação na Feira BAU, em Munique, na Alemanha, dedicada à fileira da construção e materiais de construção. Este evento representou uma oportunidade decisiva para as empresas portuguesas darem visibilidade à inovação, sustentabilidade e qualidade da oferta nacional, num mercado que continua a ser um dos maiores importadores europeus.

Logo a seguir, entre 27 e 30 de janeiro, a AEP marcou presença na Feira ARAB HEALTH, no Dubai, que é considerada uma das mais relevantes na área da saúde e equipamento médico-hospitalar.

In a global context marked by geopolitical instability, digital transition and logistical challenges, internationalisation continues to be one of the main growth levers for Portuguese companies. In this demanding scenario, in the first quarter of 2025, AEP's dynamism was reflected in a wide range of actions, international fairs, business missions and strategic events, fundamental for Portugal's affirmation in foreign markets.

The first major event of the year took place on 13-17 January, with participation in the BAU Fair in Munich, Germany, dedicated to the construction and building materials sector. This event was a decisive opportunity for Portuguese companies to showcase the innovation, sustainability and quality of their products in a market that continues to be one of Europe's largest importers.

Soon afterwards, on 27 and 30 January, AEP attended the ARAB HEALTH trade fair in Dubai, which is considered one of the most important in the area of health and medical equipment.




ARAB HEALTH 2025

A AEP também dinamizou eventos de proximidade e de informação estratégica. No dia 6 de fevereiro, em Leça da Palmeira, em parceria com a Câmara de Comércio Luso-Francesa, teve lugar o seminário “A indústria Francesa em Portugal e parcerias locais”, que incluiu também encontros B2B. Este evento reforçou a cooperação entre empresas portuguesas e francesas, explorando novas oportunidades de cooperação industrial entre os dois países.

No mês seguinte, entre 17 e 21 de fevereiro, a cidade do Dubai voltou a receber a AEP, desta vez na Gulfood, a maior feira mundial do setor agroalimentar e ponto de referência para o Médio Oriente, sul da Ásia e África. Nesta 16.ª participação consecutiva, a AEP levou uma comitiva de 26 empresas nacionais, reforçando a importância estratégica deste evento e da região para as exportações portuguesas. Desde 2011, mais de quatro centenas de empresas foram já apoiadas neste contexto. O Dubai, enquanto plataforma logística regional, reexporta cerca de 70% dos produtos alimentares importados e

AEP also organised outreach and strategic information events. On 6 February, in Leça da Palmeira, in partnership with the Luso-French Chamber of Commerce, a seminar was held entitled "French industry in Portugal and local partnerships", which also included B2B meetings. This event strengthened co-operation between Portuguese and French companies, exploring new opportunities for industrial co-operation between the two countries.

The following month, between 17 and 21 February, AEP visited Dubai again, this time for Gulfood, the world's largest trade fair for the agri-food sector and a reference point for the Middle East, South Asia and Africa. In this 16th consecutive participation, AEP took a delegation of 26 national companies, reinforcing the strategic importance of this event and the region for Portuguese exports. Since 2011, more than four hundred companies have been supported in this context. Dubai, as a regional logistics hub, re-exports around 70 per cent of imported food products and, combined with a market of



aliado a um mercado de 570 milhões de consumidores no espaço MENA e as elevadas taxas de importação alimentar, representa um forte potencial de negócio para as empresas portuguesas.

Ainda em fevereiro, entre os dias 24 e 27, a AEP marcou também presença na BIG 5 CONSTRUCT SAUDI, em Riade, uma feira de referência no setor da construção, num mercado saudita em acelerada transformação urbana e económica, com forte investimento em infraestruturas e crescente abertura a fornecedores internacionais.

Paralelamente, de 24 de fevereiro a 5 de março, decorreu uma missão empresarial ao Japão e Coreia do Sul, abrangendo diversas fileiras. Esta missão teve como objetivo aprofundar relações comerciais com duas das economias mais tecnológicas e sofisticadas da Ásia, oferecendo um contacto direto com potenciais parceiros locais e oportunidades de negócio em setores diversificados.

Já a 5 de março, realizou-se o *Webinar* “Mercado da Mongólia | Explore Novos Horizontes e Oportunidades de Negócio”. Logo a seguir, entre 9 e 15 de março, a AEP promoveu uma missão empresarial ao Uzbequistão e Cazaquistão, mercados emergentes da Ásia Central com um elevado potencial de crescimento.

570 million consumers in the MENA region and high food import rates, represents strong business potential for Portuguese companies.

That same month, between the 24th and 27th, AEP was also present at BIG 5 CONSTRUCT SAUDI, in Riyadh, a leading trade fair in the construction sector, in a Saudi market undergoing rapid urban and economic transformation, with heavy investment in infrastructure and growing openness to international suppliers.

At the same time, from 24 February to 5 March, a business mission took place to Japan and South Korea, covering various sectors. The aim of this mission was to deepen commercial relations with two of Asia's most technological and sophisticated economies, offering direct contact with potential local partners and business opportunities in diversified sectors.

On 5 March, the “Mongolia Market Webinar | Explore New Horizons and Business Opportunities” took place. Soon after, between 9 and 15 March, AEP promoted a business mission to Uzbekistan and Kazakhstan, emerging markets in Central Asia with high growth potential.

Finally, from 29 March to 5 April, a business mission to Canada began, visiting Toronto and



GULFOOD 2025

Por fim, de 29 de março a 5 de abril, teve início uma missão empresarial ao Canadá, com passagem por Toronto e Vancouver, abrangendo várias fileiras. Este país, com uma economia robusta e uma das maiores comunidades portuguesas no estrangeiro, representa um destino atrativo para as empresas que procuram estabilidade e sofisticação do mercado.

Assim, num cenário económico global desafiante, estas ações reforçam a capacidade competitiva nacional e abrem novas perspetivas de crescimento sustentado além-fronteiras.

Vancouver, covering various sectors. This country, with a robust economy and one of the largest Portuguese communities abroad, is an attractive destination for companies looking for stability and market sophistication.

Thus, in a challenging global economic scenario, these actions reinforce Portugal's competitive capacity and open up new prospects for sustained growth across borders.





Radat Internationalização

Internationalisation Radar

W4M DIGITAL SOLUTIONS

O impulso da Sustentabilidade além-fronteiras.

Driving sustainability abroad

A crescente exigência de práticas ESG está a transformar a forma como empresas e municípios gerem os seus recursos. Neste contexto, a W4M Digital Solutions, empresa tecnológica portuguesa, desenvolveu a SmartHive: um ecossistema IoT que converte espaços urbanos, industriais, agrícolas e turísticos em ambientes inteligentes, eficientes e sustentáveis.

A SmartHive distingue-se por ser uma plataforma agnóstica de marcas, capaz de integrar qualquer sensor, independentemente do fabricante. Esta flexibilidade permite criar soluções personalizadas que monitorizam, em tempo real, consumos de energia, água, gás, entre outros recursos essenciais. Com o apoio de inteligência artificial, os dados recolhidos são analisados para otimizar processos, reduzir custos operacionais e minimizar o impacto ambiental.

Entre as funcionalidades da plataforma destaca-se o módulo de medição da pegada de carbono, que identifica áreas de maior emissão, gera relatórios ESG alinhados com padrões internacionais e propõe ações concretas para a sua redução. O ecossistema SmartHive permite implementar soluções de gestão inteligente da iluminação, qualidade do ar, ruído ambiente ou recursos hídricos, contribuindo para empresas mais eficientes e territórios mais sustentáveis.

A internacionalização do ecossistema SmartHive teve início com um projeto-piloto no Parque Ecológico Águas Claras, em Brasília. Foi instalada uma coluna inteligente que fornece informações sobre a qualidade do ar, condições meteorológicas e número de visitantes. Esta solução multifuncional, projetada para espaços urbanos, pode incluir iluminação inteligente, rede Wi-Fi, câmaras de segurança e até carrega-

The growing demand for ESG practices is transforming the way companies and municipalities manage their resources. SmartHive is an IoT ecosystem that converts urban, industrial, agricultural and tourist spaces into smart, efficient and sustainable environments, and it was developed by W4M Digital Solutions, a Portuguese technology company.

SmartHive stands out as a brand-agnostic platform, capable of integrating any sensor, regardless of manufacturer. This flexibility makes it possible to create customised solutions that monitor energy, water and gas consumption, among other essential resources, in real time. With the support of artificial intelligence, the data collected is analysed to optimise processes, reduce operating costs and minimise environmental impact.

The platform's features include a carbon footprint measurement module, which identifies areas with the highest emissions, generates ESG reports in line with international standards and proposes concrete actions to reduce them. The SmartHive ecosystem makes it possible to implement intelligent management solutions for lighting, air quality, environmental noise and water resources, contributing to more efficient companies and more sustainable territories.

The internationalisation of the SmartHive ecosystem began with a pilot project in the Águas Claras EcoPark in Brasilia. A smart column was installed that provides information on air quality, weather conditions and the number of visitors. This multifunctional solution, designed for urban spaces, can include intelligent lighting, Wi-Fi, security cameras and even charging



mento para veículos elétricos. Esta iniciativa demonstra a capacidade de adaptação da tecnologia W4M a diferentes contextos, reforçando o seu potencial para responder aos desafios ambientais e urbanos à escala global.

Desde 2011 que a W4M Digital Solutions fornece soluções tecnológicas inovadoras, personalizadas e acessíveis a entidades públicas e privadas de diversos setores. Com uma vasta gama de serviços direcionados para áreas como o setor automóvel, banca, cultura, educação, hotelaria e saúde, a W4M desenvolve e implementa *hardware* e *software*, incluindo *software* de gestão de atendimento, gestão de conteúdos para sinalética digital ou gestão de redes Wi-Fi. Sempre com um foco claro na inovação, eficiência e desempenho dos seus clientes.

stations for electric vehicles. This initiative demonstrates the ability of W4M technology to adapt to different contexts, reinforcing its potential to respond to environmental and urban challenges on a global scale.

Since 2011, W4M Digital Solutions has been providing innovative, customised and accessible technological solutions to public and private entities in a variety of sectors. With a wide range of services aimed at areas such as the automotive sector, banking, culture, education, hospitality and health, W4M develops and implements hardware and software, including customer service management software, content management for digital signage or Wi-Fi network management. Always with a clear focus on innovation, efficiency and performance for its clients.

WWW.W4MSOLUTIONS.COM



URBAN MOTION

Inovação com Propósito para Cidades do Futuro

Innovation with Purpose for Cities of the Future

Uma tecnologia desenvolvida em Portugal com ambição global e foco em sustentabilidade, inclusão e eficiência urbana.

Num mundo em rápida urbanização, a qualidade de vida nas cidades depende da sua capacidade de se tornarem mais eficientes, inclusivas e ambientalmente responsáveis. A Urban Motion desenvolve soluções tecnológicas que transformam a mobilidade, simplificam o estacionamento e digitalizam o acesso à informação urbana. O objetivo é claro: criar ambientes urbanos mais inteligentes, conectados e sustentáveis.

A inovação ganha força quando é orientada por valores. Os princípios ESG — ambientais, sociais e de governação — fazem parte do nosso ADN. Cada solução é desenhada para reduzir o impacto ambiental, promover inclusão digital e elevar a experiência urbana, contribuindo para cidades centradas nas pessoas.

Portugal tem revelado ser um território fértil para a criação e validação destas soluções. A qualidade dos recursos humanos, a abertura à experimentação e a exigência dos clientes permitem testar tecnologias com ambição global. Embora este seja o nosso ponto de partida, a visão vai mais longe.

As questões urbanas com que trabalhamos surgem em cidades de diferentes geografias. Ao desenvolvermos soluções interoperáveis e adaptáveis, reforçamos a sua vocação internacional. A possibilidade de expansão surge, assim, como uma evolução natural, assente numa base sólida de inovação responsável.

Technology made in Portugal with global ambitions and a focus on sustainability, inclusion and urban efficiency.

In a rapidly urbanising world, the quality of life in cities depends on their ability to become more efficient, inclusive and environmentally responsible. Urban Motion develops technological solutions that transform mobility, simplify parking and digitise access to urban information. The goal is clear: to create smarter, more connected and sustainable urban environments.

Innovation gains strength when it is guided by values. ESG principles - environmental, social and governance - are part of our DNA. Each solution is designed to reduce environmental impact, promote digital inclusion and elevate the urban experience, contributing to people-centred cities.

Portugal has proved to be fertile territory for creating and validating these solutions. The quality of its human resources, its openness to experimentation and the demands of its customers make it possible to test technologies with global ambitions. Although this is our starting point, the vision goes further.

The urban issues we work with arise in cities in different latitudes. By developing interoperable and adaptable solutions, we reinforce their international vocation. The possibility of expansion thus appears as a natural evolution, based on a solid foundation of responsible innovation.



A Urban Motion está a preparar o futuro urbano com tecnologia útil, visão global e impacto local. Quando chegar o momento de levar estas soluções além-fronteiras, levaremos connosco uma proposta clara: cidades mais eficientes, mais verdes e verdadeiramente humanas.

Urban Motion is preparing the urban future with useful technology, global vision and local impact. When the time comes to take these solutions across borders, we will take with us a clear proposal: more efficient, greener and truly human cities.

WWW.URBANMOTION.PT



OWLPLACES

Uma plataforma que constrói pontes

Innovation with Purpose for Cities of the Future

A OWLplaces AI nasceu da constatação de que o imobiliário – a maior classe de ativo do mundo em termos de valor – continua a ser altamente opaco no que toca à sustentabilidade. Apesar do crescente nível de consciência climática, o setor financeiro carece de dados fiáveis, auditáveis e interoperáveis que sustentem o financiamento da transição. Simultaneamente, PME e pequenos proprietários continuam frequentemente excluídos da economia do financiamento sustentável por falta de dados verificáveis e ferramentas de certificação acessíveis.

A OWLplaces estabelece a ponte entre entidades financeiras, PME e pequenos proprietários. A nossa plataforma, baseada em inteligência artificial, constrói uma infraestrutura de dados geoespaciais em tempo real que permite às instituições financeiras avaliar instantaneamente o desempenho climático, os riscos e o potencial de qualquer edifício, ao mesmo tempo que capacita profissionais a contribuir com validação no terreno (*ground-truth*), demonstrando o valor dos seus ativos e acedendo a melhores condições de financiamento.

Esta é mais do que uma tecnologia: é uma infraestrutura comum para a quantificação de valor climático, risco e desempenho, promovendo decisões informadas e prosperidade partilhada no ambiente construído.

As metodologias Good2Live® e Good2Work® integram monitorização e certificação contínuas, reunindo indicadores provenientes de *frameworks* técnicos como CRREM e *Level(s)*, e alinhando-se com critérios de certificações

OWLplaces AI was born out of the understanding that real estate – the world's largest asset class in terms of value – remains highly opaque when it comes to sustainability. Despite the growing level of climate awareness, the financial sector lacks reliable, auditable and interoperable data to underpin the financing of the transition. At the same time, SMEs and smallholders often continue to be excluded from the sustainable finance economy due to a lack of verifiable data and accessible certification tools.

OWLplaces bridges the gap between financial institutions, SMEs and smallholders. Our artificial intelligence-based platform builds a real-time geospatial data infrastructure that allows financial institutions to instantly assess the climate performance, risks and potential of any building, while empowering professionals to contribute to ground-truth, demonstrating the value of their assets and accessing better financing conditions.

This is more than technology: it is a common infrastructure for quantifying climate value, risk and performance, promoting informed decisions and shared prosperity in the built environment.

The Good2Live® and Good2Work® methodologies integrate continuous monitoring and certification, gathering indicators from technical frameworks such as CRREM and *Level(s)*, and aligning with certification criteria such as LEED, BREEAM, GBEL and WELL. They also ensure compliance with key reporting requirements, including ESRS (under



como LEED, BREEAM, GBEL e WELL. Garantem também conformidade com os principais requisitos de reporte, incluindo os ESRS (no âmbito da CSRD), a SFDR, as normas do ISSB e os princípios do TNFD – num sistema localmente adaptável e diretamente acionável. A plataforma liga-se por API a entidades financeiras, permitindo análise e verificação imediatas baseadas em desempenho real – e não em projeções.

Os Agentes OWLplaces AI ampliam a capacidade de consultores ESG e pequenos operadores, automatizando a recolha, validação e interpretação de dados. Isto permite a inclusão de ativos residenciais e comerciais de menor escala no financiamento verde e no reporte de sustentabilidade – segmentos historicamente excluídos por falta de dados normalizados e verificados.

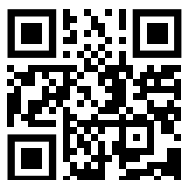
Ao contrário dos métodos tradicionais de *due diligence* ESG, oferecemos certificação dinâmica e monitorização contínua, com avaliações até 15 vezes mais rápidas, aplicáveis a uma vasta gama de localizações, edifícios e contextos urbanos.

the CSRD), SFDR, ISSB standards and TNFD principles – in a locally adaptable and directly actionable system. The platform connects via API to financial entities, allowing immediate analysis and verification based on actual performance – not projections.

OWLplaces AI Agents extend the capacity of ESG advisors and small operators by automating data collection, validation and interpretation. This allows for the inclusion of smaller-scale residential and commercial assets in green finance and sustainability reporting – segments that have historically been excluded due to a lack of standardised and verified data.

Unlike traditional ESG due diligence methods, we offer dynamic certification and continuous monitoring, with up to 15 times faster assessments, applicable to a wide range of locations, buildings, and urban contexts.

WWW.OWLPLACES.COM



WIIMER

Dados que compreendem os negócios, IA que move decisões

Data that understands business, AI that drives decisions

A Wiimer é uma consultora especializada em análise avançada de dados e Inteligência Artificial (IA), cuja missão é potenciar o valor das indústrias intensivas em dados, proporcionando uma abordagem inovadora aos processos operacionais e à tomada de decisão empresarial. Com equipa em Portugal e Espanha, a Wiimer combina a excelência em ciência de dados de IA com um conhecimento profundo do modelo operacional dos seus clientes, que atuam em setores tão distintos como a energia e águas, retalho, logística, e indústria transformadora.

A presença internacional da Wiimer tem vindo a crescer de forma consistente, com projetos desenvolvidos em mercados como Portugal, Espanha, França, Itália, Chile e Estados Unidos. Esta diversidade geográfica reflete a confiança de organizações de diferentes setores e culturas operacionais na nossa capacidade de criar soluções de dados e IA adaptadas aos seus contextos. Gostamos de apoiar os nossos clientes como parceiros estratégicos e por isso estamos lado a lado com as equipas internas desde o diagnóstico e desenho da solução até à implementação e transferência de conhecimento.

A natureza dos desafios que abordamos reflete o perfil das organizações com quem colaboramos, que frequentemente operam em setores regulados ou altamente competitivos onde a tomada de decisão exige robustez técnica, rapidez e alinhamento com a estratégia empresarial. A nossa intervenção tailor-made estende-se da modelação preditiva e otimização de recursos à automatização de decisões em tempo real, pas-

Wiimer is a consultancy firm specialized in advanced data analytics and Artificial Intelligence (AI), with a mission to unlock value for data-intensive industries by bringing an innovative approach to operational processes and business decision-making. With teams based in Portugal and Spain, Wiimer combines excellence in AI data science with deep knowledge of its clients' operational models, operating across diverse sectors such as energy and utilities, retail, logistics, and manufacturing.

Wiimer's international presence has been steadily growing, with projects carried out in markets such as Portugal, Spain, France, Italy, Chile, and the United States. This geographical diversity reflects the trust that organizations from different sectors and operational cultures place in our ability to deliver data and AI solutions tailored to their specific contexts. We are proud to support our clients as strategic partners, working side by side with internal teams from the initial diagnosis and solution design to implementation and knowledge transfer.

The nature of the challenges we address reflects the profile of the organizations we work with—often operating in regulated or highly competitive sectors where decision-making demands technical robustness, speed, and alignment with business strategy. Our tailor-made approach ranges from predictive modeling and resource optimization to real-time decision automation, including integration of scattered data into robust analytical systems and the



sando pela integração de dados dispersos em sistemas analíticos robustos ou pela construção de indicadores críticos para reporting interno e externo.

Neste contexto temos verificado que a crescente integração de critérios ESG nas estratégias de internacionalização tem vindo a transformar a forma como as empresas se posicionam em mercados globais. A nossa experiência abrange desde a definição de modelos de dados até à construção de plataformas de benchmarking e reporting, aplicadas a diferentes sectores como energia, indústria e têxtil. Estas soluções têm permitido às organizações alinharem-se com as melhores práticas internacionais e responderem com maior eficácia às exigências de reporte regulatório e de mercado.

Os dados e a IA estão a transformar a forma como pensamos, planeamos e decidimos. Mas mais do que tecnologia, trata-se uma nova forma de ler o mundo — com mais precisão, rapidez e capacidade de adaptação.

development of major key indicators for both internal and external reporting.

In this context, we have observed that the increasing integration of ESG criteria into internationalization strategies is changing the way companies position themselves in global markets. Our experience includes everything from defining data models to building benchmarking and reporting platforms, applied across sectors such as energy, industry, and textiles. These solutions have enabled organizations to align with international best practices and respond more effectively to regulatory and market reporting requirements.

Data and AI are shaping the way we think, plan, and decide. But beyond technology, this is about a new way of interpreting the world— with greater accuracy, speed, and adaptability.

WWW.WIIMER.COM

wiimer
● The missing dot for advanced analytics





A woman with curly hair, seen from the back, is speaking to a group of people in a bright room. She is gesturing with her right hand. The background is a large window with a view of a city skyline. Three other women are visible in the background, some of whom are clapping. The overall atmosphere is professional and positive.

Lançamentos e Atividades AEP

AEP Launchings and Activities

AEP Reforça Apoio à Internacionalização com *Mentoring* Temático

*AEP increases support for internationalisation
with thematic mentoring*

Com o objetivo de reforçar a competitividade internacional das PME nacionais, a AEP promove um conjunto de ações de *mentoring* de capacitação focadas em três áreas-chave da atualidade empresarial: *E-commerce* e Transformação Digital, Inteligência Artificial (IA) e *Environmental, Social and Governance* (ESG). Estas sessões são acompanhadas de manuais e *kits* estratégicos, que funcionam como guias práticos, permitindo às empresas aplicar os conhecimentos adquiridos de forma estruturada e orientada às exigências dos mercados internacionais.

A primeira ação centra-se na *E-commerce* e na Transformação Digital, pilares essenciais para as empresas que pretendam fortalecer a sua presença digital além-fronteiras. Com uma abordagem prática, esta sessão aborda temas como o *User-Centered Design* (UX), crucial para criar plataformas intuitivas que acompanham a jornada do utilizador, e estratégias de *Social Media e Content Marketing*, fundamentais para reforçar a notoriedade da marca e comunicar eficazmente com diferentes públicos em mercados externos. Adicionalmente, são trabalhadas técnicas de *Display Advertising*, SEO (*Search Engine Optimization*) e SEA (*Search Engine Advertising*), que permitem às empresas otimizar a sua visibilidade nos motores de busca e desenvolver campanhas digitais dirigidas a audiências específicas. A complementar esta capacitação, o respetivo manual estratégico aborda temas como o planeamento de canais digitais internacionais, modelos de *e-commerce*, avaliação da experiência do utilizador, estratégias para redes sociais e *display advertising*, e otimização de plataformas *online*, fornecendo um guião prático para uma presença digital mais competitiva e eficaz.

A segunda temática incide sobre a Inteligência Artificial, uma ferramenta cada vez mais essencial na gestão, automação e análise de dados

With the aim of strengthening the international competitiveness of Portuguese SMEs, AEP organises a series of mentoring and training sessions focused on three key areas of current business: *E-commerce* and Digital Transformation, Artificial Intelligence (AI) and Environmental, Social and Governance (ESG). These sessions are accompanied by manuals and strategy kits, which act as practical guides, enabling companies to apply the knowledge acquired in a structured way, geared to the demands of international markets.

The first session focuses on *E-commerce* and Digital Transformation, essential pillars for companies wishing to strengthen their digital presence across borders. With a practical approach, this session covers topics such as *User-Centred Design* (UX), crucial for creating intuitive platforms that follow the user's journey, and *Social Media and Content Marketing* strategies, fundamental for strengthening brand awareness and communicating effectively with different audiences in foreign markets. *Display Advertising*, SEO (*Search Engine Optimisation*) and SEA (*Search Engine Advertising*) techniques are also worked on, enabling companies to optimise their visibility on search engines and develop digital campaigns aimed at specific audiences. To complement this training, the respective strategy manual covers topics such as planning international digital channels, *e-commerce* models, evaluating the user experience, strategies for social networks and *display advertising*, and optimising online platforms, providing a practical guide to a more competitive and effective digital presence.

The second topic focuses on Artificial Intelligence, an increasingly essential tool for managing, automating and analysing data in a business context. This action aims to demystify



em contexto empresarial. Esta ação visa desmistificar o conceito de IA e mostrar como funcionam os modelos de linguagem, como o ChatGPT, apresentando exemplos práticos da sua aplicação em áreas como o *marketing*, a logística ou a gestão de informação. A sessão explora ainda técnicas e *frameworks* de *prompting*, que são fundamentais para obter respostas eficazes dos modelos de IA e apresenta ainda ferramentas como o NotebookLM e o Perplexity, úteis para a organização e análise documental. É também dada especial atenção à criação de GPTs personalizados, ajustados às necessidades de cada empresa.

A terceira ação de *mentoring* é dedicada ao tema ESG: *Environmental, Social and Governance*, que cada vez está mais presente nas estratégias empresariais e nas exigências regulamentares europeias. Numa altura em que a sustentabilidade deixou de ser uma opção e se tornou numa exigência competitiva, esta sessão procura apoiar as empresas na compreensão dos princípios ESG e no desenvolvimento de práticas alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Aqui, são analisadas as principais diretrizes regulatórias da União Europeia, como o Green Deal e a Diretiva de Reporte de Sustentabilidade (CSRD), bem como as pressões indiretas exercidas por clientes, investidores e cadeias de fornecimento. Através desta ação, pretende-se ajudar as PME a definir um *roadmap* estratégico para a sustentabilidade, incorporando ações que respondam às exigências do mercado e posicionem as empresas como agentes de inovação e responsabilidade. O manual correspondente inclui ferramentas para diagnóstico ESG, definição de uma agenda de sustentabilidade, análise da matriz de *stakeholders*, indicadores-chave e orientações para o reporte de sustentabilidade, servindo como base de trabalho para a implementação de práticas ESG nas organizações.

Estas três ações de capacitação, complementadas pelos respetivos *kits* estratégicos, constituem um suporte fundamental para a internacionalização das PME, dotando-as de conhecimentos práticos e atualizados nas áreas cruciais da digitalização, da inovação tecnológica e da sustentabilidade.

the concept of AI and show how language models such as ChatGPT work, presenting practical examples of their application in areas such as marketing, logistics or information management. The session also explores prompting techniques and frameworks, which are fundamental to obtaining effective responses from AI models, and also presents tools such as NotebookLM and Perplexity, which are useful for organising and analysing documents. Special attention is also paid to the creation of personalised GPTs, tailored to the needs of each company.

The third mentoring session is dedicated to the topic of ESG: Environmental, Social and Governance, which is increasingly present in business strategies and European regulatory requirements. At a time when sustainability is no longer an option but a competitive requirement, this session seeks to support companies in understanding ESG principles and developing practices in line with the Sustainable Development Goals (SDGs). It analyses the European Union's main regulatory directives, such as the Green Deal and the Sustainability Reporting Directive (CSRD), as well as the indirect pressures exerted by customers, investors and supply chains. The aim is to help SMEs define a strategic roadmap for sustainability, incorporating actions that respond to market demands and position companies as agents of innovation and responsibility. The corresponding manual includes tools for ESG diagnosis, definition of a sustainability agenda, analysis of the stakeholder matrix, key indicators and guidelines for sustainability reporting, serving as a working basis for implementing ESG practices in organisations.

These three training sessions, complemented by the respective strategy kits, provide fundamental support for the internationalisation of SMEs, equipping them with practical and up-to-date knowledge in the crucial areas of digitalisation, technological innovation and sustainability.



Foto: DR

EDIFÍCIO AEP, LEÇA DA PALMEIRA

Serviços prestados às Empresas*

*Services provided to Businesses**

CONSULTORIA TÉCNICA E ESPECIALIZADA

Consultoria de gestão (elaboração de plano de negócios e projetos de investimento; elaboração de plano e medidas de proteção de dados) | Licenciamento industrial | Gestão da segurança ocupacional | Implementação e auditoria a Sistemas de Gestão (Qualidade, Ambiente, HSST, Segurança Alimentar) | Auditoria e implementação de serviços de infraestrutura tecnológica | Informações e apoio jurídico * | Acolhimento empresarial | Locação de espaços para eventos | Organização de eventos empresariais.

INTERNACIONALIZAÇÃO

Gestão de Programas de Internacionalização, tais como BOW – Portugal Business on the Way, Siacs e projetos transfronteiriços, entre outros | Ligação direta e permanente a mercados internacionais | Organização de missões empresariais, missões inversas, roadshows e participações coletivas em feiras internacionais | Realização de estudos setoriais e de mercado | Consultoria para a internacionalização | Serviços de informação e divulgação | organização de seminários, conferências, sessões de mentoring sobre temáticas de internacionalização | Parcerias internacionais | Outras iniciativas internacionais | Emissão de Certificados de Origem.

FORMAÇÃO

Centro de formação contínua para quadros empresariais | Formação Financiada | Formação Executiva | Formação Empresa (in company) | Formação-Ação / Consultoria Formativa | Parcerias estratégicas comerciais | Programa de Desenvolvimento (Liderança, Desenvolvimento Profissional, RGPD, ...) | Centro Qualifica (qualificação e certificação de adultos)

SPECIALISED AND TECHNICAL CONSULTANCY

Management consultancy (business plans and investment projects; planning and data protection measures) | Industrial licencing | Work safety management | Systems Management implementation and auditing (Quality, Environment, Hygiene, Safety and Health in the Workplace, Food Safety) | implementation and auditing of Technological Infrastructure Services | Legal support and information * | Rental of spaces for events | Organisation of corporate events.

INTERNATIONALISATION

Internationalisation Programmes Management, such as BOW – Portugal Business on the Way, Siacs and cross-border projects, among others | Permanent and direct connection to international markets | Organisation of trade missions, inverted missions, roadshows and collective participation in international fairs | Sectorial market studies | Internationalisation consultancy | Promotion and information services | Organisation of seminars, conferences, mentoring sessions on topics related to internationalisation | International partnerships | Other international initiatives | Certification of origin.

TRAINING

Continued training centre for corporate staff | Financed Training | Executive Training | In company training | Action training / Training consultancy | Strategic trade partnerships | Development Programme (Leadership, Professional Development, General Data Protection Regulation) | Centro Qualifica (adult qualification and certification)

EEN - ENTREPRISE EUROPE NETWORK

A AEP integra a Enterprise Europe Network, uma iniciativa da Comissão Europeia que conta com mais de 600 entidades parceiras em mais de 65 países e alia o conhecimento de oportunidades de negócio internacionais com a prestação de serviços descentralizados e de proximidade, capazes de apoiar as PME na expansão dos seus negócios.

PROJETOS DE SUPORTE À COMPETITIVIDADE

Desenvolvimento de projetos inovadores sobre temas relevantes para as empresas: Portugal Sou Eu | N-Invest | AEP Link | Finance for Growth | Formação PME (a AEP tem o estatuto de Organismo Intermédio, através de assinatura do contrato de delegação de competências do compete 2020, no âmbito dos projetos conjuntos de Formação-Ação)

INFORMAÇÃO EMPRESARIAL

Publicações económicas de periodicidade anual – “Dinâmicas Socioeconómicas” – e trimestral – “Envolvente Empresarial, Análise de Conjuntura” | Newsletter económica mensal “Envolvente Empresarial, Síntese de Conjuntura” | Realização de Inquéritos | Elaboração de tomadas de posição | Ciclo de Conferências AEP | Difusão seletiva de informação e serviço de pesquisa e tratamento de informação em diversas áreas temáticas, incluindo listagens de empresas com recurso a bases de dados | Acesso ao Centro de Documentação / Biblioteca AEP.

FEIRAS E EVENTOS

A Exponor – Feira Internacional do Porto divide a sua atuação em 3 áreas: 1. Organização de feiras próprias, num portfólio que abrange vários setores e se foca principalmente em B2B, organizadas em qualquer local | 2. Aluguer de espaços para a realização de feiras, congressos e eventos, no seu recinto em Leça da Palmeira, Matosinhos | 3. Organização de feiras e eventos para terceiros, num modelo chave na mão, em qualquer local do país.

*Os Associados da AEP dispõem de serviços exclusivos e com condições especiais. Contacte-nos pela Linha de Apoio ao Associado (22 998 1670 – socioaep@aepportugal.pt)

No âmbito da Internacionalização os contactos são:
Cristina Laranjeira – 22 998 1781
internacional@aepportugal.pt

FICHA TÉCNICA

Revista BOW – Portugal Business on the Way

PROPRIEDADE E SEDE DO EDITOR:
AEP – Associação Empresarial de Portugal
NIF: 500 971 315
Av. da Boavista, 2671
4100-135 Porto
Portugal
T: + 351 22 998 1781
F: + 351 22 998 1700

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA AEP
Luís Miguel Magalhães Ribeiro, Presidente
Miguel Pedro Duarte Pinto
Eduardo Jorge do Paço Viana
José Luis da Rocha Ceia
Alexandre Filipe Silveira de Almeida
Ana Raquel Coelho Vieira de Castro Reis
Maria Benedita Andrade de Amorim Martins
Mário Aurélio Certal de Campos

DIRETOR
Luís Miguel Magalhães Ribeiro

DIRETOR-ADJUNTO
Jorge Marcolino

EDIÇÃO E COORDENAÇÃO
Área Internacional AEP
Jorge Marcolino - Diretor

REDAÇÃO, PAGINAÇÃO, PROGRAMAÇÃO
E PROJETO GRÁFICO
Wide Wisdom Consulting
Rua Paiva de Andrade, 24 a 28
2560-357 Torres Vedras
Portugal

EDIÇÃO EXECUTIVA
Paula Brito

SECRETARIA/PUBLICIDADE
Cristina Laranjeira
cristina.laranjeira@aepportugal.pt

PROJETO GRÁFICO
Wide Wisdom – Paulo Nóbrega Fontela

EEN - ENTERPRISE EUROPE NETWORK

The AEP is part of the Enterprise Europe Network, an EU Commission initiative which has over 600 partners in over 65 countries, and matches know-how in international business opportunities with a rendering of decentralised and local services, capable of supporting small and medium sized businesses with their work.

COMPETITIVENESS SUPPORT PROJECTS

Innovative development projects on subjects relevant to companies: Portugal Sou Eu | N-Invest | AEP Link | Finance for Growth | Small and Medium Sized Business training (the AEP is classed as an Intermediate Organism by a delegation of powers contract of the Compete 2020 programme, in the context of joint Training-Action projects)

CORPORATE INFORMATION

Yearly economic publications – “Dinâmicas Socioeconómicas” – and quarterly – “Envolvente Empresarial, Análise de Conjuntura” | Monthly economic newsletter “Envolvente Empresarial, Síntese de Conjuntura” | Surveys | Stands on issues | AEP Conference cycle | Selective dissemination of information and research and processing of information under several subjects, including data bases of companies | Access to Documentation Centres / AEP Library.

FAIRS AND EVENTS

Exponor – The Porto International Fair works in 3 different fields: 1. Organisation of fairs, with a portfolio which includes several sectors, focuses mainly on B2B and can be organised in any location | 2. Rental of space for organising fairs, congresses and events at its centre in Leça da Palmeira, Matosinhos | 3. Organisation of third party events and fairs, according to a key in hand model, anywhere in the country.

*AEP members have a range of exclusive services and special conditions at their disposal.

Contact us over our Member Support Line
(22 998 1670 – socioaep@aepportugal.pt)

With regards to Internationalisation, contacts are:
Cristina Laranjeira – 22 998 1781
internacional@aepportugal.pt

FOTOGRAFIA E ILUSTRAÇÃO
Ana Dias, Ana Teresa Velez,
José Ribeiro, Shutterstock.

REVISÃO
João Ferreira

TRADUÇÕES
Filipe Aivillez

SEDE DO IMPRESSOR:
Rua João Camilo Alves, 6 A Loures
2670-661 Bucela

COLABORAM NESTE NÚMERO:
João Rui Ferreira
Mário Parra da Silva
Isabel Barros
Carlos Moreira da Silva
Graça Fonseca
Gisela Pires
Palloma Carvalho
Fátima Castanheira Geada
António Carlos Rodrigues
Sandra Silva

ENTIDADES FINANCIADORAS
Projeto BOW apoiado pelo Sistema de Incentivos
Internacionalização das PME – Projetos Conjuntos,
através do PORTUGAL2030, COMPETE2030 e FEEI.

APOIO
CBS – Creative Building Solutions S.A.
EEN – Enterprise Europe Network

PERIODICIDADE – Trimestral
Tiragem – 400 exemplares

ESTATUTO EDITORIAL
disponível na página da Internet
www.portugalbusinessontheway.com/estatuto-
editorial

N.º de Registo ERC: 126861
DEPÓSITO LEGAL
411742/16

Calendário 2025

Calendar 2025

DATA	EVENTOS	LOCAL	SETOR/FILEIRA	MERCADO
13 - 17 janeiro	Feira BAU Munique 2025 *	Munique - Alemanha	Construção e Mat. Construção	Europa
27 - 30 janeiro	Feira ARAB HEALTH 2025 *	Dubai - EAU	Saúde e Equip. Médico-Hospitalar	Médio Oriente
17 - 21 fevereiro	Feira GULFOOD 2025 *	Dubai - EAU	Alimentação e Bebidas	Médio Oriente
24 - 27 fevereiro	Feira BIG 5 CONSTRUCT SAUDI 2025 *	Riade - Arábia Saudita	Construção e Mat. Construção	Médio Oriente
24 fevereiro - 5 março	Missão Empresarial ao Japão e Coreia do Sul 2025 *	Tóquio e Seoul - Japão e Coreia do Sul	Multifileiras	Ásia
29 março - 5 abril	Missão Empresarial ao Canadá 2025 *	Toronto e Vancouver - Canadá	Multifileiras	América do Norte
6 - 12 abril	Missão Empresarial ao Uzbequistão e Cazaquistão 2025 *	Tashkent e Almaty - Uzbequistão e Cazaquistão	Multifileiras	Europa de Leste & Cáucaso
7 - 13 abril	Feira BAUMA Munique 2025 *	Munique - Alemanha	Construção e Mat. Construção	Europa
8 - 11 abril	Feira FHA FOOD & BEVERAGE 2025 *	Singapura	Alimentação e Bebidas	Ásia
4 - 8 maio	Feira BATIMATEC Argel 2025 *	Argel - Argélia	Construção e Mat. Construção	África
12-15 maio	Feira APAS São Paulo 2025 *	São Paulo - Brasil	Alimentação e Bebidas	América Latina
20-23 maio	Feira HOSPITALAR São Paulo 2025 *	São Paulo - Brasil	Saúde e Equip. Médico-Hospitalar	América Latina
27-29 maio	Feira INDEX & HOTEL SHOW 2025 *	Dubai - EAU	Casa & Decoração	Médio Oriente
maio	Missão Empresarial ao Gana e Gabão 2025 *	Accra e Libreville - Gana e Gabão	Multifileiras	África
15 - 21 junho	Missão Empresarial à Croácia e Sérvia 2025*	Zagrebe e Belgrado - Croácia e Sérvia	Multissetorial	Europa de Leste & Cáucaso
15 - 21 junho	Missão Empresarial ao Peru e Colômbia 2025 *	Lima e Bogotá - Peru e Colômbia	Multifileiras	América Latina
23 - 27 junho	Missão Empresarial à Costa do Marfim e Camarões 2025 *	Abidjan e Douala - Costa do Marfim e Camarões	Multifileiras	África
22 - 27 julho	Feira FILDA 2025 *	Luanda - Angola	Multifileiras	África
8 - 12 setembro	Feira IAA Munique 2025 **	Munique - Alemanha	Componentes Automóvel	Europa
10 - 12 setembro	Feira MEDICAL FAIR Thailand 2025 **	Bangkok - Tailândia	Saúde e Equip. Médico-Hospitalar	Ásia
setembro	Feira PROWINE S. Paulo 2025 **	São Paulo - Brasil	Alimentação e Bebidas	América Latina
17 - 21 outubro	Feira HOST Milano 2025 **	Milão - Italia	Equip. Hoteleiro e Restauração	Europa

DATA	EVENTOS	LOCAL	SETOR/FILEIRA	MERCADO
21 - 22 outubro	Feira AMM Madrid 2025 **	Madrid - Espanha	Componentes Automóvel	Europa
4 - 6 novembro	Feira GULFOOD MANUFACTURING 2025 **	Dubai - EAU	Equip. Hoteleiro e Restauração	Médio Oriente
17 - 20 outubro	Feira MEDICA 2025 **	Dusseldorf - Alemanha	Saúde e Equip. Médico-Hospitalar	Europa
24 - 27 novembro	Feira BIG 5 GLOBAL 2025 **	Dubai - EAU	Construção e Mat. Construção	Médio Oriente
novembro	Missão Empresarial Vietname e Filipinas 2025 **	Hanói e Manila - Vietname e Filipinas	Multifileiras	Ásia

* Ação referente ao Projeto BOW 24/25

** Ação a ser submetida em nova candidatura Projeto BOW 25/27

A par destas ações, a AEP envolve uma vasta área de atuação onde desenvolve diversas atividades tais como **estudos de mercado, ações de mentoring, ferramentas digitais de diagnóstico, Country Profiles setoriais, Tenders internacionais**, e ainda informação técnica sobre os mercados.

Veja mais aqui:



PORTUGAL Business
On the Way

WWW.PORTUGALBUSINESSONTHEWAY.COM

“Adoro trabalhar com pessoas muito inteligentes, tecnicamente superiores, mas o que faz a diferença são pessoas com um nível elevado de compromisso e de paixão.”

“I love working with very bright and technically proficient people, but what really makes a difference is people with a high level of commitment and passion.”

Inês Caldeira

Diretora-geral adjunta para o mercado mundial da L’Oreal Paris.





www.portugalbusinessontheway.com

A **Portugal Business On the Way (BOW)** é a plataforma inovadora desenvolvida pela AEP e que se destina à disseminação de boas práticas e divulgação de resultados, bem como ao **New Business e Business Matching** numa perspetiva global, ao serviço da internacionalização das empresas portuguesas.

A plataforma Portugal Business On the Way disponibiliza conteúdos multilíngues relevantes, acessíveis em Portátil, PC, Tablet ou SmartPhone, e que oferece um conjunto de ferramentas de elevado valor para a atividade de internacionalização.

Na plataforma Portugal Business On the Way encontra as seguintes funcionalidades, com acessos segmentados:

- **Companies Profiles:** a área onde as empresas participantes aderentes se apresentam através de um breve descritivo;
- **Business Matching:** a área de colocação de ofertas e oportunidades de parcerias entre empresas portuguesas e empresas estrangeiras;

- **Tenders:** a secção destinada à divulgação de concursos ou consultas no mercado externo;

- **Marketplace:** a zona reservada à promoção exclusiva dos produtos e serviços das empresas, num ambiente de showroom;

- **Benchmarking:** destinado à publicação de case studies promovendo a partilha de práticas bem-sucedidas, quer pelos agentes económicos que executam projetos, quer pelo mercado nacional e internacional;

- **Trade Monitor:** uma ferramenta com um interface intuitivo e de fácil utilização que permite a pesquisa de informação por mercados-chave com acesso a indicadores estatísticos e económicos de suporte à tomada de decisão no âmbito da internacionalização das empresas;

- **Web International Toolkit (WIT):** uma ferramenta simples e de utilização autónoma que permite às PME a avaliação da atratividade de um país para o sector em que operam e as linhas orientadoras com o seu posicionamento alvo e as ações chave a desenvolver.

**Não perca esta oportunidade de divulgar a sua empresa!
REGISTE-SE NA PLATAFORMA!**

