

Ao abrigo da Lei n.º 66-A/2007, de 11 de dezembro do Conselho das Comunidades Portuguesas, nomeadamente do artigo 2.º respeitante às suas competências, o Conselho Regional das Comunidades Portuguesas na Europa vem por este meio, e por iniciativa própria, produzir informação sobre o seguinte assunto:

O contributo e o potencial económico das Comunidades Portuguesas

1. Introdução

Já nos anos 90, o então Ministro de Comércio e do Turismo Fernando Faria de Oliveira fazia referências ao potencial económico das Comunidades Portuguesas ao declarar que os empresários das Comunidades podiam “desempenhar um papel essencial na internacionalização da economia portuguesa e na evolução da imagem do país no estrangeiro”¹.

Mais recentemente, António Costa declarava à LUSOPRESS TV² em 2014, que:

As nossas comunidades são 5 milhões de embaixadores de Portugal em todo o mundo e podem ser um grande motor da economia nacional, quer na sua capacidade de investir em Portugal, quer na capacidade que têm de, através da sua presença na vida económica [...] de serem os grandes veículos e os grandes canais para a exportação de produtos e serviços portugueses. São uma forma também de atrair investidores estrangeiros com quem trabalham cá (em França) para investir em Portugal. Isto é um ativo extraordinário [...], temos que saber mobilizar estes grandes recursos que são as comunidades portuguesas.

Mas o contributo estrutural das Comunidades Portuguesas na economia nacional vai muito além desse tipo de investimentos.

1.1. Emolumentos consulares e contributo tributário

Além dos emolumentos consulares que representariam um total de **36 milhões de euros**³ em 2019, os portugueses residentes no estrangeiro também contribuem de forma significativa no plano fiscal. No âmbito das suas competências, o Conselho Regional das Comunidades Portuguesas na Europa (CRCPE) questionou formalmente a Sra. Secretária de Estado das Comunidades Portuguesas, solicitando “*informações sobre o contributo tributário das comunidades portuguesas*”⁴. Efetivamente, não existem dados oficiais sobre a matéria mas é expectável que as Comunidades Portuguesas tenham contribuído de forma considerável em

¹ PORTUGAL FINANCE, 1993, *Numéro hors-série sur les institutions financières portugaises en France*, p. 24.

² LUSO PRESS, 2014, *António Costa é recebido em Paris por Políticos e empresários Portugueses*. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=U6aW3_EJAiE, acedido a 8 de abril de 2021.

³ MINISTÉRIO DOS NEGÓCIOS ESTRANGEIROS, 2019, *Plano de actividades. Fundo para as Relações Internacionais, I.P.*, p.11. Disponível em <https://www.portugal.gov.pt/ficheiros-geral/mne/plano-de-atividades-fri-2019-pdf.aspx>, acedido a 8 de abril de 2021.

⁴ CONSELHO REGIONAL DAS COMUNIDADES PORTUGUESAS NA EUROPA, 2020, *Ofício enviado a 21 de agosto: solicitação de informação acerca do contributo tributário das Comunidades Portuguesas*.

impostos sobre o rendimento (nomeadamente na tributação das mais-valias imobiliárias), impostos sobre o património (IMI, IMT, IS,...), e tributação automóvel, entre outras taxas.

1.2. Setor imobiliário

Existem dados publicados anualmente pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) sobre a aquisição de imóveis em Portugal por “não residentes”. Em 2019, 19.520 imóveis foram vendidos aos referidos não residentes por um total de 3,4 mil milhões de euros⁵, um investimento direto externo notável ao qual se pode acrescentar, segundo a Associação dos Profissionais e Empresas de Mediação Imobiliária de Portugal, cerca de 200 milhões de euros em impostos e mil milhões de euros em gastos relacionados com a manutenção e utilização das casas⁶.

Todavia, a análise do INE não divulga a nacionalidade dos não residentes, somente o país do qual provêm, razão pela qual não é possível identificar o contributo da Diáspora nesse setor. Esta informação também foi solicitada pelo CRCPE à Sra. Secretária de Estado das Comunidades Portuguesas no seguimento do ofício acima referido.

1.3. Remessas (ver anexo) e setor financeiro

Quando se fala em impacto dos emigrantes na economia portuguesa, pensa-se primeiramente nas remessas.

A título ilustrativo, o contributo dos emigrantes em remessas **atingiu os 217 mil milhões de euros** na era democrática (a preços de 2019), valor ligeiramente superior ao PIB nacional de 2019, que ficou pelos 212 mil milhões de euros.

A título comparativo, regista-se que essa mesma verba de 217 mil milhões de euros está bem acima dos cerca de 130 mil milhões de euros (a preços de 2011) que Portugal terá recebido de fundos comunitários desde a adesão à Comunidade Económica Europeia até ao ano de 2018⁷.

⁵ INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA, 2020, *Aquisição de imóveis por não residentes*. Disponível em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=415327218&DESTAQUESmodo=2, acessado a 8 de abril de 2021.

⁶ IDEALISTA, 2015, *Venda de casas a estrangeiros pode gerar receitas de dez mil milhões de euros*. Disponível em <https://www.idealista.pt/news/imobiliario/habitacao/2015/03/06/26263-venda-de-casas-a-estrangeiros-pode-gerar-receitas-de-dez-milhoes-de-euros>, acessado a 8 de abril de 2021.

⁷ JORNAL ECONÓMICO, 2019, *De 1986 até 2018 Portugal terá recebido 130 mil milhões de fundos comunitários*. Disponível em <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/de-1986-ate-2018-portugal-tera-recebido-um-valor-acumulado-em-torno-de-130-mil-milhoes-defundos-comunitarios-428371>, acessado a 5 de julho de 2020.

Finalmente, fica uma nota sobre o peso das remessas em tempos de crise. De facto, segundo o Instituto Nacional de Estatística, o Estado terá providenciado ajudas financeiras na ordem dos 20,6 mil milhões de euros, de 2008 a 2019, para salvar a Banca⁸. Em período homólogo, as remessas dos emigrantes atingiram **37,5 mil milhões de euros** (em valores reais), praticamente o dobro. O que nos leva a questionar-nos sobre o que teria acontecido à economia portuguesa naquele momento de crise sem o contributo dos emigrantes, através das remessas.

Adivinha-se também um contributo económico da Diáspora no setor financeiro, nomeadamente através dos muitos bancos portugueses que dispõem de escritórios de representação no estrangeiro. Todavia, não nos foi possível dispor de dados oficiais sobre este domínio.

1.4. Turismo

Menos se escreve sobre o impacto das Comunidades Portuguesas no setor do turismo se bem que os poucos dados e estimativas das quais dispomos são relevantes, como é o exemplo de uma notícia publicada pelo Jornal de Notícias em agosto de 2018 sobre as compras de emigrantes que “fazem agosto valer mais do que o Natal”⁹.

Uma ideia reforçada pela atual Secretária de Estado das Comunidades Portuguesas que comunicou em 2020 que o contributo económico anual dos Portugueses de França nas férias de verão representaria 900 milhões de euros¹⁰.

Mais impressionante ainda são dados recentes divulgados pelo INE que afirma que “quase um quarto dos turistas que visitam Portugal tem ascendência portuguesa”, um contributo anual das Comunidades Portuguesas que corresponde a cerca de **7,45 mil milhões de euros**^{11 12} na economia nacional.

⁸ INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA, 2020, *Procedimento dos Défices Excessivos, 1ª Notificação*. Disponível em

www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=406887673&DESTAQUE_Smodo=2, acessado a 5 de julho de 2020.

⁹ JORNAL DE NOTÍCIAS, 2018, *Compras de emigrantes fazem agosto valer mais do que o natal*. Disponível em <https://www.jn.pt/economia/compras-de-emigrantes-fazem-agosto-valer-mais-do-que-o-natal-9781557.html>, acessado a 8 de abril de 2021.

¹⁰ CORREIO DA MANHÃ, 2020, *Retenção de emigrantes em França deixa 900 milhões em risco*. Disponível em <https://www.cmjornal.pt/economia/detalhe/retencao-de-emigrantes-em-franca-deixa-900-milhoes-em-risco>, acessado a 8 de abril de 2021.

¹¹ PRESSTUR, 2017, *Quase um quarto dos turistas que visitam Portugal tem ascendência portuguesa*. Disponível em <https://www.presstur.com/mercados/quase-um-quarto-dos-turistas-que-visitam-portugal-tem-ascendencia-portuguesa-2/>, acessado a 8 de abril de 2021.

2. A Diáspora portuguesa potencial aliada da economia nacional

2.1. Nota introdutória

Segundo a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, o **valor das exportações para França em produtos agro-alimentares portugueses foi de 543 milhões de euros em 2016**¹³, e as Comunidades Portuguesas residentes nesse país contribuem significativamente para que esses valores sejam atingidos.

É o caso da rede de supermercados *ETS Mariano* que fatura **17 milhões de euros por ano** vendendo produtos portugueses, nomeadamente vinhos na ordem de três milhões de litros por ano. E todos os anos, chegam à empresa mil milhões de toneladas de bacalhau seco e o mesmo peso em bacalhau demolhado. Em entrevista à revista “Notícias Magazine”, Vítor Mariano, responsável da empresa declarava o seguinte: “*E quem haveria de imaginar que íamos vender queijo aos franceses? [...] Orgulho-me de dar emprego a 52 pessoas, todas portuguesas. Mas vou ter de contratar mais, e franceses. É que mais de 20 por cento da minha clientela já é local*”¹⁴.»

Este é apenas um de muitos exemplos de portugueses residentes no estrangeiro que podem ser intermediários na abordagem de mercados estrangeiros e na internacionalização das empresas portuguesas.

Refira-se, por exemplo que a Câmara de Comércio Franco-Portuguesa tem mais de 500 empresários portugueses e luso-descendentes cujo volume de negócios anda na ordem dos **10 mil milhões de euros por ano**¹⁵.

2.2. Apoiar-se nas comunidades para penetrar mercados estrangeiros: a evolução do mercado da saúde no setor agro-alimentar

O mercado da saúde nasceu espontaneamente ao mesmo tempo que as vagas de emigração se sucederam. A empresa Sumolis começou a ser solicitada nos anos 70 por agentes que

¹² O peso do turismo no PIB nacional foi de cerca de 14,6% em 2019 - ou seja 29,8 mil milhões de euros.

¹³ AICEP PORTUGAL GLOBAL, 2017, *França. Distribuição - Alimentar*. Disponível em <https://www.portugalglobal.pt/PT/Acoes/EmFoco/Paginas/franca-distribuicao-alimentar-saiba-mais.aspx>, acessado a 8 de abril de 2021.

¹⁴ NOTÍCIAS MAGAZINE, 2014, *A saúde é um bom negócio*, Disponível em <https://www.noticiasmagazine.pt/2014/a-saude-e-um-bom-negocio>, acessado a 8 de abril de 2021.

¹⁵ CÂMARA PORTUGUESA DO RIO DE JANEIRO, 2017, *Portugueses da Diáspora querem voltar ao país como investidores*. Disponível em <http://www.camaraportuguesa-rj.com.br/portugueses-da-diaspora-querem-voltar-ao-pais-como-investidores/>, acessado a 8 de abril de 2021.

pretendiam comercializar os famosos sumos no estrangeiro¹⁶. Assim se iniciaram muitas parcerias para esta e outras empresas que exportavam para as Comunidades Portuguesas.

Hoje, as Comunidades Portuguesas constituem uma boa base doméstica que pode ser aproveitada de outra forma que pelo “mercado da saudade”. De facto, os nacionais dos países de acolhimento, abertos ao consumo de produtos estrangeiros, poderiam ser mais influenciados pelos hábitos de consumo da Diáspora. A vantagem deste modo de alcance é que o custo é reduzido tendo em conta que o mercado doméstico constituído pelas Comunidades Portuguesas tem por efeito de diminuir substancialmente o custo de entrada dos produtos portugueses.

No entanto, esta abordagem tem sido confrontada com alguns obstáculos, nomeadamente por causa da falta de investimento de muitas empresas portuguesas do setor agro-alimentar que consideravam que o mercado da saudade tinha chegado a saturação na década de 90 e que o envelhecimento e a assimilação dos portugueses nos países de acolhimento levaria ao declínio das vendas¹⁷. Tal análise do mercado não se verificou como se pode conferir nos números que se seguem.

A empresa Sumol+Compal tem visto o seu volume de negócios evoluir de forma constante nos mercados constituídos essencialmente por Comunidades Portuguesas.

	2007	2015	2017
Europa (Excl. Espanha), América e Ásia	13.711.000€	16.750.000€	17.400.000€

Fonte: SUMOL+COMPAL, S.A., Relatório Único Integrado dos anos 2007, 2015 e 2017.

No relatório único integrado de 2017¹⁸, a Sumol+Compal faz questão de destacar o “mercado do Luxemburgo que apresentou um crescimento de 18%. Os restantes mercados de dimensão relevante, como a França, a Suíça e Reino Unido, também apresentaram resultados de vendas acima do ano anterior”.

¹⁶ GONÇALVES, Pascal. *O Papel Potencial das Comunidades Portuguesas na Internacionalização das Empresas Nacionais-O Caso de França*, 1997, p. 124.

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ SUMOL+COMPAL, S.A., 2017, *Relatório Único Integrado*. Disponível em <https://www.sumolcompal.pt/sites/default/files/2020-11/2017.pdf>, acessado a 8 de abril de 2021.

A Unicer, que comercializa a cerveja Super Bock, regozijava-se, no relatório de gestão de 2015, de ter ultrapassado em venda na Europa “os **32 milhões de litros de cerveja**, com os volumes a aumentarem em mercados maduros e dinâmicos como a Suíça, a Alemanha e a Bélgica. São países em que estamos a conquistar não só os consumidores portugueses residentes, como também os cidadãos nativos.”¹⁹

Para o ano de 2019, a Delta faturou cerca de 400 milhões de euros²⁰ dos quais mais de 100 milhões são provenientes dos mercados estrangeiros²¹. Tendo em conta os volumes de negócios de 10 milhões de euros em 2018 pela Novadelta França²², de 5,5 milhões de euros e 7 milhões de euros em 2020 respetivamente pela Novadelta Luxemburgo e Novadelta Suíça²³, poder-se-á considerar que o volume de negócios para todo o mercado da Diáspora deverá situar-se, no mínimo, entre os **25 e 30 milhões de euros**.

Os resultados financeiros destas 3 empresas são provavelmente o reflexo de uma ligação que se mantém firme entre Portugal e o seus emigrantes. Isto também verifica-se com os luso-descendentes de 2ª e 3ª geração que, embora sejam mais exigentes em termos de qualidade e preferem encontrar produtos portugueses nos canais de distribuição clássicos dos países de acolhimento, continuam a praticar ocasionalmente o consumo étnico e costumam ter prazer em fazer descobrir Portugal e a sua gastronomia aos amigos não portugueses.

Ao constatarem o não declínio e até a evolução destes mercados, as empresas portuguesas começaram a investir mais para chegar aos nacionais dos países de acolhimento. É o caso da Delta que entrou em 2013 pela primeira vez na grande distribuição em França para “*deixar de depender do mercado da saudade*”²⁴ ou ainda da Sumol+Compal que pretende “*aumentar a presença e relevância das suas marcas no “triângulo” França-Suíça-Luxemburgo, indo para além das comunidades portuguesas aí residentes*”²⁵.

¹⁹ UNICER, 2015, *Relatório de gestão*, Disponível em https://assets.bondlayer.com/nbi3sccjw/_assets/nhksyfgdzmnhygs1fgpwz.pdf, acessado a 8 de abril de 2021.

²⁰ AICEP PORTUGAL GLOBAL, 2019, *Delta lança “imperial de café” e entra no segmento da saúde*. Disponível em <http://portugalglobal.pt/PT/PortugalNews/Paginas/NewDetail.aspx?newId=%7B0617834D-50E4-4E1D-AD81-98FEB0DBE326%7D>, acessado a 8 de abril de 2021.

²¹ DINHEIRO VIVO, 2015, *Delta prevê faturar 340 milhões este ano*. Disponível em <https://www.dinheirovivo.pt/empresas/delta-preve-faturar-340-milhoes-este-ano/>, acessado a 8 de abril de 2021.

²² MANAGEO, 2019, *Novadelta France. Informations générales*. Disponível em <https://www.manageo.fr/entreprises/385038146.html>, acessado a 8 de abril de 2021.

²³ Informação prestada pela Novadelta Luxemburgo.

²⁴ DISTRIBUIÇÃO HOJE, 2013, *Delta entra pela primeira vez na grande distribuição em França*. Disponível em <https://www.distribuicao hoje.com/retalho/delta-entra-na-grande-distribuicao-francesa>, acessado a 8 de abril de 2021.

²⁵ SUMOL+COMPAL, S.A., *Relatório Único Integrado*. 2007, 2008, 2015 e 2016.

Esta aproximação das empresas portuguesas aos mercados estrangeiros é um passo fundamental para conseguir entender os desejos dos clientes e definir um posicionamento correto dos produtos. Todavia, as empresas portuguesas sofrem hoje as consequências da ausência de implementação de estratégias no mercado da saúde, mais precisamente na questão da distribuição de produtos.

3. As comunidades como potenciais mediadoras e fonte de recursos humanos

Uma empresa que se internacionaliza precisa de recrutar pessoal capacitado e que tenha uma boa percepção da realidade dos mercados que se pretendem abordar.

Nesse âmbito, as empresas portuguesas podem dispor de uma vantagem comparativa não negligenciável em relação à concorrência. De facto, as segundas e terceiras gerações de emigrantes têm um bom conhecimento da língua e da sociedade dos países de acolhimento. Outro ponto importante, estas gerações de emigrantes têm hoje níveis de qualificação muito próximos, senão similares, dos nacionais dos referidos países de acolhimento.

Consequentemente, os luso-descendentes podem ser recursos valiosos para as empresas portuguesas desde que mantenham uma ligação com a língua e a cultura do país de origem.

Se parece evidente que a 3ª geração vibra com os símbolos da cultura portuguesa e continua a demonstrar interesse a Portugal²⁶, a ligação com a língua portuguesa é mais ambígua.

Nos anos 70, o Estado português promoveu a abertura de cursos de português em vários países da Europa²⁷. Essa medida teve consequências diretas junto das comunidades luso-descendentes: Em França, metade dos luso-descendentes da segunda geração declararam o português como língua materna num inquérito realizado pelo INED (*Institut national d'études démographiques*) em 1992.

No entanto, os filhos de emigrantes portugueses não fogem a regra: o mesmo estudo revela a perda do domínio da língua de origem da segunda para a terceira geração, à imagem do que acontece com outras comunidades estrangeiras. Efetivamente, se 84% dos luso-descendentes de segunda geração declaravam falar português, apenas 29% dos luso-descendentes da terceira geração declaravam falar “um pouco português”.

²⁶ ROCHA-TRINDADE, Maria Beatriz, 1984, *Da emigração às comunidades portuguesas*. Edições conhecer-Lisboa, p. 29.

²⁷ AA. VV., 1983, *O Ensino do Português na Bélgica*, Lisboa, Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, p.25.

Consequentemente, importa investir no ensino de português junto de luso-descendentes que melhor conhecem a sociedade, o mercado e a língua do país de acolhimento. O fortalecimento desse dupla cultura é claramente um trunfo para esses jovens e para Portugal.

Eis toda a complexidade de um delicado equilíbrio a encontrar: na perspetiva de Portugal, convém que os portugueses residentes no estrangeiro estejam bem integrados de modo a ocupar um espaço económico e cultural de relevo dentro das sociedades dos países de acolhimento. Mas o perigo para Portugal é a assimilação, a perda da identidade e da língua portuguesa²⁸, situação que pode agravar-se significativamente sem a adoção, por parte das autoridades lusas, de políticas de língua e de ensino verdadeiramente dirigidas ao público português e luso-descendente residente no estrangeiro, de forma a travar o processo de total assimilação.

Se esta dificuldade for devidamente ultrapassada, os luso-descendentes apresentariam então a dupla vantagem de falarem português e de manter elementos culturais em comum com os portugueses residentes em Portugal, constituindo assim um evidente potencial de mediadores culturais habilitados a reduzir a distância psíquica²⁹ com os países de acolhimento e criar pontes entre os quadros das empresas portuguesas e os clientes estrangeiros.

4. Cooperação com os empresários da Diáspora

4.1.1. Investimentos em Portugal

A vaga de emigração dos anos 60 foi confrontada a grandes dificuldades em alguns países de acolhimento como foi o caso em França com os “*bidonvilles*”³⁰. Mas com o passar do tempo, estas vagas de emigração deram origem a uma classe empresarial bem sucedida em alguns dos mercados mais competitivos do mundo.

A capacidade de investimento em Portugal por parte das Comunidades Portuguesas tem ganhado maior projeção nos últimos anos, de tal maneira que foram lançadas diversas iniciativas como os Encontros de Investidores da Diáspora, a criação do Gabinete de Apoio ao Investidor da Diáspora e a implementação do Programa Nacional de Apoio ao Investimento da Diáspora.

²⁸ GONÇALVES, Pascal. *O Papel Potencial das Comunidades Portuguesas na Internacionalização das Empresas Nacionais-O Caso de França*, 1997, p. 112.

²⁹ Hwang & Kim (1990) consideram distância cultural como um processo mais complexo definindo-a como sendo a distância percebida entre o país de origem e o país estrangeiro, a nível de cultura, sistema económico e práticas de negócios.

³⁰ EXPRESSO, 2016, *Do bidonville ao poder*. Disponível em <https://expresso.pt/sociedade/2016-06-10-Do-bidonville-ao-poder>, acessado a 8 de abril de 2021.

Esses investimentos de “*lá para cá*”, através dos investidores portugueses residentes no estrangeiro, corresponderam, em 2020, a valores superiores a **33 milhões de euros**, segundo Berta Nunes, Secretária de Estado das Comunidades Portuguesas³¹. O seu antecessor José Luís Carneiro já havia afirmado em 2017 que os investidores da Diáspora tinham investido cerca de **100 milhões de euros** só para a regeneração urbana³².

4.1.2. Apoio na internacionalização das empresas portuguesas

Não são muitas as empresas portuguesas que têm a dimensão necessária para conseguirem internacionalizar-se. Aumentar essa dimensão pode passar por um reforço da cooperação empresarial com empresas de outros países. Essa cooperação poderia ser feita através dos empresários portugueses da Diáspora que, no estrangeiro, formam uma “*rede multinacional portuguesa*”³³.

As principais características que tornam os empresários da Diáspora atrativos são as seguintes: conhecem o mercado onde trabalham, têm contactos com outras empresas locais e têm uma experiência bem sucedida da atividade empresarial. Podem investir em projetos que envolvem empresas de Portugal da mesma forma que já investiram em Portugal.

No entanto, é indispensável que haja compatibilidade nos setores de atividade e esse parece ser um dos principais obstáculos.

Embora seja frequente encontrar empresários da Diáspora que estejam envolvidos no setor da construção civil (o que não corresponde a uma incompatibilidade porque muitas empresas portuguesas que se internacionalizam atuam nesse setor), muitos empresários são detentores de PME como restaurantes, cafés ou ainda garagens...

Nesses setores, a cooperação com as empresas de Portugal oferece perspectivas limitadas, a justaposição setorial aparece com sendo fraca³⁴.

Todavia, os empresários da Diáspora mostram disponibilidade para colaborar com Portugal. Mas para se formarem novas parcerias, uma melhoria das imagens recíprocas entre

³¹ COMUNIDADES LUSÓFONAS, 2021, *Ano 1. Edição nº5. Janeiro de 2021*, p. 43. Disponível em <https://comunidadeslusofonas.pt/edicoes/>, acedido a 8 de abril de 2021.

³² BOM DIA, 2017, *Portugueses da Diáspora querem voltar ao país como investidores*. Disponível em <https://bomdia.eu/portugueses-da-diaspora-querem-regressar-a-portugal-como-investidores>, acedido a 8 de abril de 2021.

³³ EXAME, *A rede multinacional Portuguesa*, pp. 35-38, Janeiro 1995.

³⁴ GONÇALVES, Pascal. *O Papel Potencial das Comunidades Portuguesas na Internacionalização das Empresas Nacionais-O Caso de França*, 1997, p. 146.

portugueses residentes em Portugal e portugueses residentes no estrangeiro é o passo que se segue, como também será necessário haver um maior contacto entre empresários de Portugal e empresários em situação diaspórica. Essa facilitação no estabelecimento de contactos poderia passar por uma via institucionalizada.

4.1.3. Uma necessária melhoria das imagens recíprocas

Os emigrantes portugueses costumam usufruir de uma boa imagem no estrangeiro: discretos e trabalhadores, não são raras as vezes em que são mencionados como um bom exemplo de integração, o que lhes viabiliza o potencial papel de mediadores entre Portugal e os países de acolhimento. Essa imagem simpática não garante que as empresas portuguesas sejam bem recebidas nos mercados estrangeiros mas é claramente um ponto positivo.

Entre portugueses “*de cá e de lá*”, a situação é diferente: em Portugal como em outros países que conhecem fortes movimentos migratórios, os emigrantes são considerados como uma categoria diferente de portugueses³⁵. Ainda hoje, uma conotação negativa está fortemente associada ao termo “emigrante”.

A imagem que os portugueses têm dos seus emigrantes pode explicar a fraca cooperação económica entre os empresários de Portugal e da Diáspora. Essa imagem terá que evoluir para que Portugal possa rentabilizar a vantagem de contar com a presença de compatriotas nos quatro cantos do mundo.

Por outro lado, é importante que as Comunidades Portuguesas encarem o desafio de criar novas relações com Portugal com o objetivo de apoiar o país num processo de crescimento económico. No entanto, os emigrantes têm hoje o sentimento de serem rejeitados pela sociedade portuguesa. A relação com a mãe pátria é ambígua: se não há dúvidas que os portugueses residentes no estrangeiro têm um orgulho afirmado em relação à nação portuguesa, existe todavia desprezo em relação ao Estado português.

Só um esforço de parte a parte poderá potenciar uma melhoria das imagens recíprocas e contribuir para um reforço da cooperação entre empresários de Portugal e da Diáspora.

Finalmente, também será pertinente promover uma imagem mais atual da realidade empresarial das Comunidades, ainda pouco conhecida.

³⁵ GONÇALVES, Pascal. *O Papel Potencial das Comunidades Portuguesas na Internacionalização das Empresas Nacionais-O Caso de França*, 1997, p. 116.

5. Conclusão

As Comunidades Portuguesas espalhadas pelo mundo são fontes de vantagem comparativa para as empresas portuguesas: consomem produtos portugueses, são fontes de recursos humanos e deram origem a classes empresariais bem sucedidas.

Por essa razão, **é do interesse de Portugal que as suas Comunidades Portuguesas conservem o seu principal trunfo: as dimensões bilingue e bicultural.** Para tal, Portugal deve participar na manutenção das ligações com a língua, a cultura e a sociedade portuguesa junto da Diáspora, sob pena de perder esse trunfo que viabiliza o desenvolvimento de relações económicas entre Portugal e os países onde estão estabelecidos os portugueses residentes no estrangeiro. Para o efeito, **o desenvolvimento da rede de cursos de português dirigido às Comunidades Portuguesas parece ser a pista mais evidente a seguir**³⁶. Tal rede de ensino foi mantida com alguma consistência entre 1970 e 2010. Todavia, tanto a crise económica de 2008 (que levou à implementação de uma propina) como a adoção de políticas que priorizaram o ensino de português como língua estrangeira, a partir da década de 2010³⁷, tiveram um impacto considerável na rede oficial do ensino de português no estrangeiro (EPE)³⁸, quando dirigida a um público português e luso-descendente.

Neste documento, também foi abordada a problemática das **imagens recíprocas entre portugueses “de cá e de lá”**, essencialmente alimentadas por preconceitos. Isso impede ou poderá impedir o estabelecimento de relações entre ambas as partes, no domínio económico e não só.

No que diz respeito à imagem que a sociedade portuguesa tem dos emigrantes, convém divulgar o novo rosto das Comunidades Portuguesas e o papel que desenvolvem atualmente nos setores económico, cultural ou ainda político. Nesse aspeto, uma pista de solução poderia ser a **inclusão da RTP1 na plataforma gratuita da televisão digital terrestre.**

Mas a melhoria das imagens recíprocas também passa por uma melhor relação entre a Diáspora e o Estado português. Com que legitimidade o Estado pode pedir às Comunidades

³⁶ Por motivos similares, o mesmo tipo de estratégia poderia aplicar-se relativamente ao contingente especial que dá acesso ao ensino superior para emigrantes e luso-descendentes.

³⁷ PÚBLICO, 2020, *Ser Português no estrangeiro por via da nossa língua e cultura*. Disponível em <https://www.publico.pt/2020/09/22/opiniao/opiniao/portugues-estrangeiro-via-lingua-cultura-1932339/amp>, acedido a 8 de abril de 2021.

³⁸ O orçamento de Estado para o EPE atingiu mínimos históricos (passou de 40 para 20 milhões de euros), a rede oficial do EPE é hoje constituída por cerca de 300 professores (quando eram 600 em 2010), o número de alunos também diminuiu (de 60.000 para 40.000), e a implementação da propina também veio piorar a situação (diminuição de perto de 10.000 alunos num único ano letivo).

Portuguesas uma maior cooperação se estes últimos nutrem relações tensas com a figura do Estado por causa dos cortes orçamentais que se verificaram nos últimos 10 anos na rede consular e na rede oficial do EPE?

Embora se tenham verificadas melhorias nesse aspeto (a implementação do recenseamento automático no estrangeiro ou a celebração do 10 de junho junto da Diáspora nos últimos anos), são muitos os assuntos em que o país deverá se debruçar para poder se reencontrar com a sua Diáspora de forma a potenciar cooperações em domínios chave e assim reforçar o *soft power* nacional através da sua “rede multinacional portuguesa”.

Finalmente, fica o registo da **dificuldade em encontrar dados** sobre o contributo económico dos portugueses residentes no estrangeiro em setores como o turismo e o imobiliário, ou ainda no plano fiscal. Sobre este aspeto, urge o Governo promover, na parte que lhe toca diretamente³⁹, as medidas necessárias para ultrapassar os entraves referidos.

Conselho Regional das Comunidades Portuguesas na Europa

Bruxelas, 12 de abril de 2021

³⁹ Nomeadamente sobre dados do Instituto Nacional de Estatística ou dependentes da Autoridade Tributária

Anexo: as remessas dos emigrantes desde o 25 de abril de 1974⁴⁰.

	1975	1976	1977	1978	1979
Valores nominais ⁴¹	104.623€	137.783€	224.319€	369.709€	599.430€
Valores reais ⁴²	2.994.968€	3.289.588€	4.225.696€	5.762.482€	7.675.843€

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Valores nominais	731.183€	873.525€	1.039.395€	1.194.007€	1.579.683€	1.764.074€	1.920.980€	2.289.188€	2.438.513€	2.802.840€
Valores reais	8.068.050€	8.085.467€	7.919.644€	7.336.859€	7.555.057€	7.057.242€	6.827.426€	7.413.291€	7.182.232€	7.338.694€

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Valores nominais	3.011.412€	3.267.510€	3.106.443€	3.352.645€	3.025.449€	2.853.498€	2.737.486€	2.932.554€	3.016.292€	3.121.683€
Valores reais	6.941.455€	6.737.431€	5.846.403€	5.909.123€	5.058.273€	4.577.612€	4.260.701€	4.459.947€	4.472.360€	4.522.793€

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Valores nominais	3.458.121€	3.736.820€	2.817.885€	2.433.777€	2.442.164€	2.277.248€	2.420.267€	2.588.417€	2.484.680€	2.281.866€
Valores reais	4.871.400€	5.043.594€	3.671.144€	3.071.815€	3.011.040€	2.745.119€	2.829.524€	2.953.741€	2.763.781€	2.559.428€

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Valores nominais	2.425.899€	2.430.491€	2.749.461€	3.015.777€	3.060.710€	3.315.620€	3.343.200€	3.554.750€	3.604.530€	3.645.200€
Valores reais	2.683.413€	2.593.818€	2.855.136€	3.123.255€	3.178.689€	3.426.635€	3.434.190€	3.602.148€	3.616.785€	3.645.200€

Total (valores nominais): **106.581.107.000€**

Total (valores reais): **217.198.492.070€**

PIB de Portugal (2019): **212.302.800.000€**

⁴⁰ Recolha de dados: Pedro Rupio.

⁴¹ Banco de Portugal.

⁴² Instituto Nacional de Estatística, *Atualização de Valores com Base no IPC (Índice de Preços no Consumidor), entre anos*, disponível em www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ipc, acessado a 5 de julho de 2020.