



Secretaría General
Iberoamericana

Secretaria-Geral
Ibero-Americana



INQUÉRITO IBERO-AMERICANO DE MPMEs:

Apostar nas micro, pequenas e médias empresas para o crescimento e a prosperidade

INQUÉRITO IBERO-AMERICANO DE MPMEs:

**apostar nas micro, pequenas e médias empresas
para o crescimento e a prosperidade**

Organização:

Secretaria-Geral Ibero-Americana (SEGIB)

Conselho de Empresários Ibero-Americanos (CEIB)

Federação Ibero-Americana de Jovens Empresários (FIJE)

Primeira edição: Madri, novembro de 2022

Design e Ilustrações: Francisca Girón



MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA
Y COOPERACIÓN



Esta publicação conta com a colaboração da Cooperação Espanhola através da Agência Espanhola da Cooperação (AECID). O conteúdo da mesma é responsabilidade exclusiva da SEGIB, CEIB e FIJE e não reflete necessariamente a postura da AECID.

PRÓLOGO

ANDRÉS ALLAMAND

Secretário-Geral Ibero-Americano

No dia 14 de novembro, terá lugar, em Lisboa, a quinta edição do Fórum Ibero-Americano das MPMEs, um espaço que a cada ano que passa se consolida cada vez mais como um encontro de aprendizagem entre pares, onde são partilhadas experiências, boas práticas e iniciativas conjuntas entre representantes dos setores público e privado. O Fórum é também uma ponte de recomendações para o Encontro Empresarial da Cimeira de Chefes de Estado e de Governo, no qual as MPMEs da região se dirigem aos presidentes ibero-americanos para serem tidas em conta no desenho e planeamento de políticas públicas.

Isto é fundamental em termos de justiça e porque o nosso tecido produtivo é fundamentalmente constituído por MPMEs. No seu conjunto, **representam 98% do número total de empresas e empregam cerca de 67% do número total de trabalhadores na América Latina.**

Estes números são semelhantes para Espanha e Portugal. No entanto, onde as estatísticas de ambos os lados do Atlântico divergem é no peso económico das MPMEs. Enquanto na Península Ibérica representam mais de 60% do PIB total, este valor cai para 25% na América Latina. Em comparação com a média mundial, este valor atinge 50%, ou seja, o dobro da contribuição latino-americana.

Um fator importante que explica esta participação relativamente baixa das MPMEs latino-americanas no PIB é a produtividade. Segundo vários estudos, as grandes empresas na América Latina são até 33 vezes mais produtivas do que as microempresas e até 6 vezes mais produtivas do que as pequenas empresas. Em comparação, nos países da OCDE



estes números variam entre 1.3 e 2.4 vezes. Este atraso na produtividade está relacionado com a baixa internacionalização. Na América Latina, segundo a CEPAL, apenas 10% das PME exportam, uma percentagem que está longe dos 40% das MPMEs europeias.

É verdade que a Ibero-América cria cada vez mais empreendedores de classe mundial. Em 2021, o BID dedicou um estudo ao fenómeno da revolução das startups na América Latina. Neste estudo, foram identificadas mais de 1.000 empresas tecnológicas nascidas na América Latina avaliadas em mais de 1



Representam 98% do número total de empresas e empregam cerca de 67% do número total de trabalhadores na América Latina.

milhão de dólares cada uma, empregando, no seu conjunto, 250.000 trabalhadores. Destas, 40 são unicórnios, isto é, empresas com capital privado de mais de mil milhões de dólares. No total, este crescimento tem sido vertiginoso. Só na última década, o valor deste ecossistema latino-americano multiplicou-se 32 vezes.

A revolução das start-ups latino-americanas é uma excelente notícia, mas esta realidade está longe de ser o caso de muitas MPMEs na região. A par do empreendedorismo de “oportunidade” que caracteriza este ecossistema vibrante, existe também o empreendedorismo de “necessidade”, aquele que procura o autoemprego devido à falta de melhores opções de emprego e que representa cerca de um terço dos empreendedores latino-americanos (GEM, 2016). Como resultado, estas PMEs nascem num círculo vicioso de pequena dimensão e baixa produtividade. Além disso, este tipo de empreendedorismo é predominante entre as mulheres empresárias da região, o que contribui para aumentar as disparidades de género por esta via.

Porém, mesmo fazendo estas distinções preliminares para compreender o complexo tecido empresarial ibero-americano, o facto é que a própria definição de MPME é um guarda-chuva muito amplo no qual coexiste uma vasta gama de realidades. Este é muito heterogéneo, por exemplo, em termos do seu acesso a mercados, talento, tecnologias e potencial de crescimento.

Assim, com o objetivo de compreender melhor a realidade das MPMEs ibero-americanas, surgiu a motivação para realizar um inquérito ambicioso

e transversal na região, cujos resultados são apresentados a seguir. Mais de 2.200 MPMEs dos 22 países ibero-americanos responderam a questões que vão desde as suas principais preocupações às suas políticas de sustentabilidade, desde a igualdade de género às estratégias de transformação digital e aos seus planos de internacionalização, entre muitos outros tópicos.

Em nome da SEGIB, gostaria de agradecer especialmente ao Governo de Portugal, ao Conselho de Empresários Ibero-Americanos (CEIB), à Federação Ibero-Americana de Jovens Empresários (FIJE) e a todos aqueles que tornaram possível este inquérito.



Mais de 2.200 MPMEs dos 22 países ibero-americanos responderam a questões que vão desde as suas principais preocupações às suas políticas de sustentabilidade, desde a igualdade de género às estratégias de transformação digital.

ANTONIO GARAMENDI

Presidente da CEOE. Secretaria
Permanente do CEIB

As micro, pequenas e médias empresas são o motor da nossa economia. É verdade que se não pensarmos nelas e não lhes dermos o apoio de que necessitam e a atenção que merecem, será muito mais difícil enfrentar a recuperação económica na qual estamos imersos. Não podem contar apenas com o apoio das organizações empresariais, deve ser também um assunto público, quase uma questão de Estado e com o pleno apoio da sociedade.

Não devemos esquecer que, antes da pandemia, as pequenas e médias empresas já tinham sérias dificuldades para crescer. Como resultado da pandemia, a sua sobrevivência ficou em perigo e surgiu a necessidade de tomar medidas para as proteger em áreas tão importantes como a digitalização, a formação, a internacionalização, a informalidade laboral e a falta de acesso ao crédito, para referir apenas algumas.

Desde o início, o objetivo deste relatório foi conhecer melhor a realidade destas empresas e analisar as suas necessidades e as ferramentas e iniciativas que devemos colocar à sua disposição para que possam continuar a desenvolver a sua atividade, crescer e continuar a contribuir com um valor fundamental para as nossas sociedades.

O papel que desempenhamos como representantes empresariais e como empresários é, sem dúvida, uma grande responsabilidade. Devemos e queremos continuar a ser mais pró-ativos do que reativos e comprometemo-nos, como fazemos todos os dias quando abrimos as nossas empresas ou as nossas instituições em qualquer canto da América Latina, a continuar a apostar no emprego, que é a melhor



garantia, juntamente com a formação, a igualdade e inclusão social.

Tudo isto permite-nos responder às preocupações dos empresários da nossa região e colaborar ativamente com as instituições e os governos. Em suma, a parceria público-privada no seu estado mais puro.

Com este espírito e entusiasmo, lançámos uma iniciativa que hoje é uma realidade partilhada pelas empresas da Ibero-América e pelas organizações que as representam. Um trabalho intenso que não teria sido possível sem o esforço realizado pelas organizações empresariais membros do Conselho de Empresário Ibero-Americanos (CEIB), que participaram e divulgaram esta ideia até obterem mais de 2.200 respostas de empresários de todos os países da região, e que analisa os desafios que as MPMEs enfrentam em áreas como a internacionalização, inovação, igualdade de género e transformação digital, entre outras.

Este estudo faz parte da linha de trabalho que temos vindo a desenvolver nos últimos anos a partir da Secretaria Permanente do CEIB. Temos

mantido um contacto próximo e permanente com as nossas organizações empresariais, sempre com um objetivo claro: conhecer a situação real destas empresas, os seus pontos fortes e fracos, os seus problemas, os seus desafios, para propor as medidas mais eficazes que lhes permitam continuar a contribuir para a estabilidade e o crescimento do tecido empresarial ibero-americano.

Gostaria de salientar que todo o trabalho que realizámos até este Fórum de Lisboa e o documento que hoje apresentamos fará parte das contribuições que levaremos ao XIV Encontro Empresarial Ibero-Americano, que terá lugar em março do próximo ano, no âmbito da Cimeira Ibero-Americana de Chefes de Estado e de Governo na República Dominicana. Um esforço que é um reflexo fiel do compromisso que assumimos com a Secretaria-Geral Ibero-Americana para dar seguimento às contribuições e recomendações feitas pelos governos nos encontros Ibero-Americanos nos períodos entre as cimeiras.

Consideramos que os encontros empresariais ibero-americanos se estabeleceram como o melhor cenário para tornar visível a realidade das empresas dos nossos respetivos países e da região como um todo. Iniciativas como as que hoje apresentamos neste importante relatório, representam também um exemplo claro do que nós, empresários, sabemos fazer: dialogar, colaborar, avaliar e avaliar-nos uns aos outros.

Para terminar, uma mensagem que penso estar muito presente nos resultados deste relatório: **“devemos apostar em enquadramentos favoráveis para as empresas que lhes permitam melhorar o desempenho da atividade empresarial como garante de investimento, crescimento e prosperidade”.**

Já me ouviram dizer isto em mais de uma ocasião: as empresas não são o problema, mas sim a solução.



Devemos apostar em enquadramentos favoráveis para as empresas que lhes permitam melhorar o desempenho da atividade empresarial como garante de investimento, crescimento e prosperidade.

INTRODUÇÃO

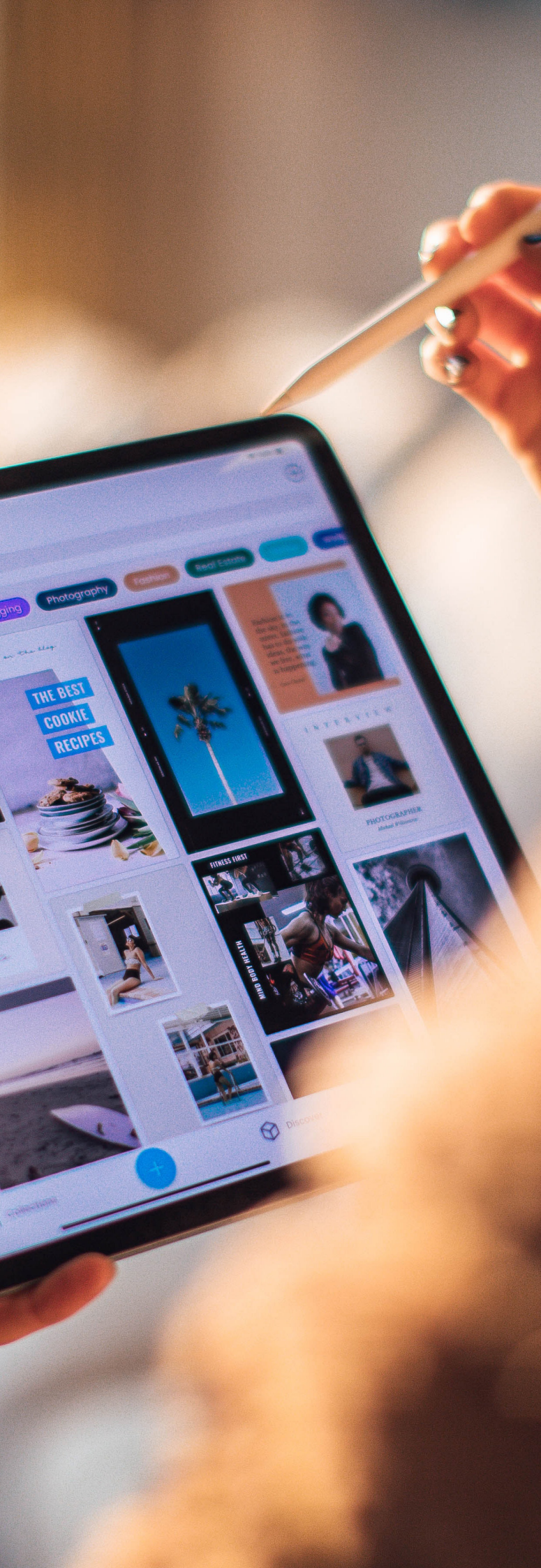
É impossível imaginar uma recuperação económica, retomando o caminho do crescimento e do investimento, sem um papel de destaque por parte das nossas MPMEs. As micro, pequenas e médias empresas são a nossa unidade produtiva por excelência. Não só porque representam mais de 99% das nossas firmas, mas também porque são as responsáveis pela imensa maioria do emprego e uma parte importante do emprego formal, deixando muito claro o seu papel central. Embora sob a sigla MPMEs, existe uma ampla e heterogénea tipologia de empresas que muitas vezes dificultam a sua análise. No entanto, a sua importância é incontestável no momento de pensar em políticas e estratégias de transformação produtiva. Torna-se por isso fundamental conhecer com maior profundidade as suas características, estratégias, opiniões e as perceções dos seus gestores e fundadores, objetivos que definimos neste inquérito.

A crise provocada pela pandemia de COVID-19 desencadeou um colapso económico sem precedentes. As restrições adotadas como medidas de confinamento significaram, no geral, uma travagem brusca em toda a atividade económica, mas afetaram especialmente as MPMEs. Alguns setores com uma forte componente PME, como os serviços alimentares e a hotelaria, foram diretamente forçados a suspender as suas operações e tiveram uma queda significativa nas suas receitas.

A situação agrava-se ainda mais se pararmos para analisar o impacto que as MPMEs latino-americanas sofreram: a América Latina foi a região do mundo mais afetada pela pandemia; uma região caracterizada por um fraco crescimento, problemas de informalidade, baixa produtividade, pobreza e desigualdade.

Tendo em conta tudo o que foi referido anteriormente, conhecer mais detalhadamente como as nossas MPMEs enfrentaram estes desafios, ajudar-nos-á a ter uma melhor radiografia do nosso tecido produtivo. Todos os governos da Ibero-América realizaram





esforços importantes para acompanhar as MPMEs nestes cenários complexos. Conhecer a valorização e utilidade destes esforços é imperativo para contribuir e melhorar o desenho das políticas públicas.

A Ibero-América não pode ficar para trás e deve assumir o desafio da recuperação, a partir da promoção das suas MPMEs. Para isso, deverá assumir de uma vez por todas o seu desafio histórico pela produtividade. O relatório fornece algumas pistas sobre como enfrentar este desafio na agenda diária das nossas empresas e põe o foco em como influenciam as suas trajetórias, o seu tipo de atividade e o seu perfil empreendedor.

Existem três fatores fundamentais que podem sustentar a produtividade das nossas PME neste novo paradigma tecno-económico. Estes três fatores são as **estratégias de sustentabilidade**, a **internacionalização** e a **transformação digital e inovação**, todos eles exaustivamente analisados neste relatório.

Embora a adoção acelerada de ferramentas digitais por parte das MPMEs seja bem-vinda e ajude a colmatar as lacunas estruturais de produtividade, o seu acesso não é semelhante para todas as empresas. O fosso digital entre a América Latina e os países da OCDE aumenta ainda mais quando analisamos a digitalização dos processos produtivos, incluindo na análise às economias mais digitalizadas da região, como o México, o Chile, o Brasil, a Costa Rica e a Argentina.

Durante a pandemia, algumas estratégias como o teletrabalho e o comércio eletrónico tiveram uma aplicação acelerada e é interessante analisar se se tratam de práticas que perdurarão no tempo ou se estão a ser adotadas como inovações nos modelos de negócio. O relatório procura investigar a profundidade e institucionalização das estratégias de transformação digital, para compreender se foram concebidas para terem um impacto a longo prazo ou se foram apenas instrumentos de adaptação à conjuntura a curto prazo.

Melhorar a produtividade é melhorar as infraestruturas e a formação de talento. Faz sentido considerar a autopercepção das empresárias e empresários das PME em relação às suas capacidades digitais, necessidades e procura e tentar compreender as diferenças por setor, país e história empreendedora. A batalha pelo talento digital perante a escassez de recursos humanos especializados observa-se em todo o mundo e as PME ibero-americanas não deveriam ser exceção, mas é fundamental conhecer até que ponto e quais são as diferentes iniciativas que se estão a desenvolver para enfrentar este desafio.

As MPMEs são um motor essencial para a transição verde, apesar de algumas vezes serem excluídas do foco que nos deve guiar, a sustentabilidade. Como exemplo, considera-se que acelerar a eficiência energética nas PME poderia gerar poupanças de custos entre 20 e 30% da sua procura de energia. As estratégias de sustentabilidade também são uma fonte importante de inovação e de oportunidades de mercado. O aumento da procura é impulsionado por uma mudança do cliente no sentido do consumo responsável e pela procura da reputação e consistência da marca em prol da criação de valor partilhado.

A certificação é a ferramenta que permite verificar a realidade destes compromissos sustentáveis

e, portanto, é o elemento que gera a segurança necessária nos mercados e proporciona a chave para fazer parte das cadeias de valor globais. Ao cumprir os padrões internacionais, abre mercados e impede medidas arbitrárias de exclusão, garantindo processos concretos como as ações direcionadas à minimização dos efeitos das alterações climáticas, cumprindo o sistema de compensação de emissões de carbono. As empresas inquiridas apresentam vários níveis de certificação, existindo uma oportunidade de divulgar ainda mais normas e padrões.

A Ibero-América oferece características únicas para pensar em termos de ecossistema. Estamos unidos por uma história em comum, uma cultura e uns valores democráticos que foram formando uma verdadeira comunidade. A partilha de duas línguas, cuja adoção e aprendizagem transcendem de maneira exponencial as nossas fronteiras, consolida um mercado potencial de 600 milhões de habitantes. A sua distribuição geográfica estende uma ponte de irmandade e afinidade entre dois continentes, unindo a América Latina à Europa, abrindo oportunidades e complementaridades, num contexto histórico de reconfiguração das cadeias de valor. Isto pode representar uma oportunidade para potenciar o comércio intrarregional, que é um dos mais baixos do planeta quando comparado com o de outras regiões do mundo.



As MPMEs são um motor essencial para a transição verde, apesar de algumas vezes serem excluídas do foco que nos deve guiar, a sustentabilidade.

Seria praticamente impossível retomar o caminho do crescimento económico sem um aumento considerável das **exportações** das nossas PME. Procuramos, portanto, conhecer mais profundamente os obstáculos que enfrentam e as estratégias que estão a seguir para obter acesso aos mercados. Encontramos uma realidade variada que não está apenas condicionada pelo tipo de atividade, mas também pelos contextos, pela cultura organizacional e pela existência ou inexistência de modelos de negócio globais.

As **mulheres** desempenham um papel essencial nas nossas PME, sendo a maioria em número de



As mulheres desempenham um papel essencial nas nossas PMEs, sendo a maioria em número de trabalhadores.

trabalhadores. Embora isto não esteja correlacionado com o número de mulheres fundadoras e gestoras das empresas, há cada vez mais mulheres gestoras e a perspetiva de género pode fornecer dados interessantes na análise da tomada de decisões.

Este trabalho é o resultado de um esforço colaborativo do espaço ibero-americano que apenas pôde ser possível devido ao incansável apoio das organizações empresariais e governos da região. Esta ação faz parte do compromisso do Conselho de Empresários Ibero-Americanos (CEIB) com a Secretaria-Geral Ibero-Americana (SEGIB) e com as Cimeiras Ibero-Americanas de Chefes de Estado e de Governo, pondo em prática, de maneira sustentável, a muitas vezes referida parceria público-privada para pensar o desenvolvimento.

Mesmo considerando a natureza não-probabilística da amostra, ter mais de 2.200 casos numa representação bastante homogénea entre os vinte e dois países é um contributo para a análise que pode contribuir para a reflexão, para o desenho de políticas e para a aproximação à realidade das nossas micro, pequenas e médias empresas.



Narciso Casado



Esteban Campero

Narciso Casado
Secretário Permanente
CEIB

Esteban Campero
Responsável Economía
e Empresas SEGIB

DADOS PRINCIPAIS



Os principais **desafios conjunturais** que se identificam, de um modo geral, são a Inflação com **45.6%**, seguida pela Falta de Financiamento (19.5%).



Para **64%** das PMEs ibero-americanas, a fonte predominante de **financiamento é através de recursos próprios**.



MPMEs otimistas:

59,3% das MPMEs considera que a sua situação irá melhorar daqui a um ano. Em todos os setores, o otimismo está acima de 50%, exceto apenas nos setores da Construção (43.5%) e Mineração (47.4%).



MPMEs de impacto:

41,8% das empresas ibero-americanas diz que o seu principal objetivo é gerar um impacto positivo na sociedade.

DADOS PRINCIPAIS



MPMEs sustentáveis:

50,7% das empresas afirma ter um plano ou política de sustentabilidade, com um foco principalmente ambiental. De facto, para 25.8% delas, a principal motivação para o desenho e concretização desses mesmos planos foi proporcionar produtos e serviços que irão proteger o meio ambiente.



Mulheres x mulheres:

66% das empresas lideradas por mulheres têm mais de 50% de mulheres no total dos trabalhadores.



As PMEs ibero-americanas apostam de forma decidida na digitalização:

86% delas encontram-se em alguma etapa do processo para a digitalização e 59.6% das mesmas afirma ter trabalhadores preparados para essa mesma transformação. Para além disso, 78.3% afirma ter um website.



Relativamente ao nível de digitalização das MPMEs lideradas por mulheres, as mesmas encontram-se 15 pontos abaixo dos homens, evidenciando um **fosso digital** que ainda existe no tecido MPME ibero-americano

DADOS PRINCIPAIS

+10

“Sénior digitais”:

O grupo de empresas que atingiu um alto grau de maturidade digital tem, na sua maioria, **+10** anos de antiguidade.



A pandemia como oportunidade:

A pandemia desempenhou um papel decisivo na digitalização das empresas: apenas 17.5% afirma ter tido que fechar as suas operações, enquanto que **77%** das PME's implementaram ferramentas digitais durante a pandemia de COVID-19. Entre elas, 39.7% considera que isto desempenhou um papel fundamental para a sobrevivência do seu negócio.



MPMEs a partir de casa:

A implementação da modalidade de teletrabalho ocorreu em 77% das PME's ibero-americanas e, hoje em dia, **79,4%** das mesmas afirma que continuarão a aplicar esta prática.



MPMEs que atravessam fronteiras:

El **35,6%** das PME's exportaram nos últimos dois anos.

METODOLOGIA E CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

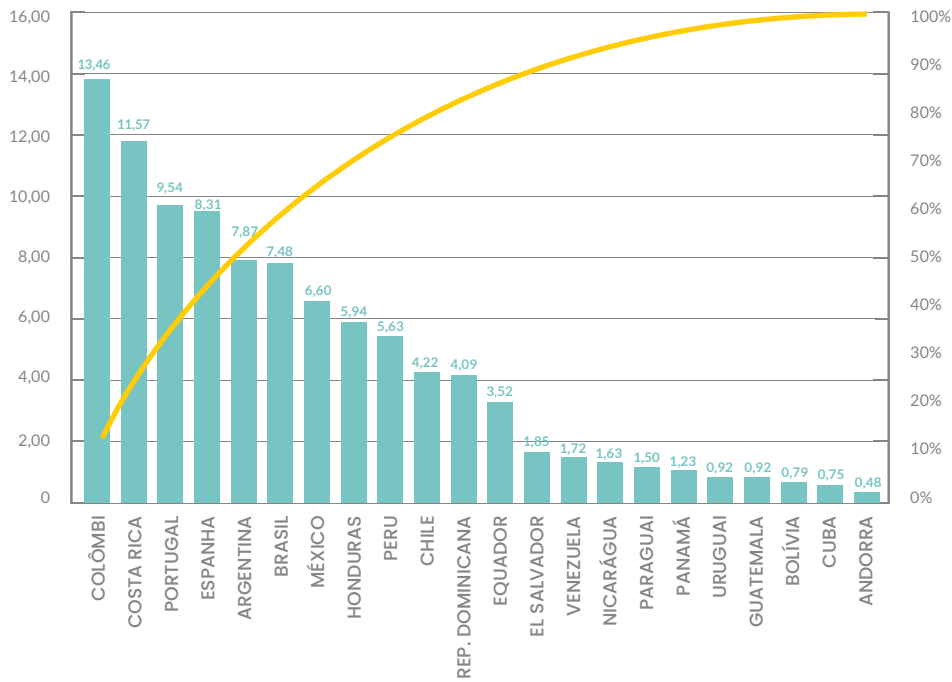
Apesar da alta participação das empresas inquiridas, com uma participação homogênea por países e setores, não contamos com um mecanismo preciso de aleatoriedade na distribuição da amostra. Embora pudéssemos falar de uma amostra representativa - ao conter todas as características do universo do estudo - para que os resultados sejam generalizáveis, é o critério de aleatoriedade que nos permitiria salientar que todas as MPMEs ibero-americanas tiveram a mesma oportunidade de serem entrevistadas.

Trata-se de uma amostragem de carácter voluntário, cujo questionário foi distribuído, entre outros, por câmaras de comércio e organizações empresariais, dirigido aos fundadores e gestores das MPMEs da Ibero-América. O questionário online foi de natureza fechada e cumpriu o objetivo de garantir uma recolha de informação de modo claro e conciso que, posteriormente, nos permitisse classificar a informação por cada bloco de resposta, evitando qualquer problema de interpretação. O trabalho de campo realizou-se durante os meses de setembro e outubro de 2022. Para o desenho do questionário, foram tidos em conta os estudos de referência prévios de universidades e organismos multilaterais, a literatura especializada sobre a temática a abordar e o conhecimento específico da realidade das MPMEs ibero-americanas, a partir de conversas e consultas com organizações empresariais da Ibero-América.



A. Qual é o país de origem da sua empresa?

Gráfico 1. Países que responderam ao Inquérito Ibero-Americano de PMEs



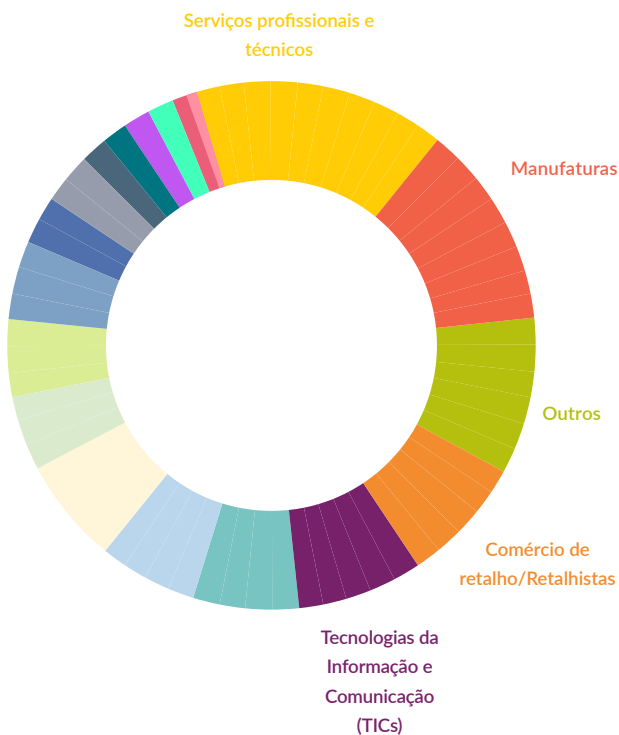
O NÚMERO DE EMPRESAS POR PAÍS É DISCRIMINADO:

PAÍS	NÚMERO
COLÔMBIA	306
COSTA RICA	263
PORTUGAL	217
ESPANHA	189
ARGENTINA	179
MÉXICO	170
HONDURAS	150
PERU	135
CHILE	128
REP. DOMINICANA	96
BRASIL	93
EQUADOR	80
EL SALVADOR	42
VENEZUELA	39
NICARÁGUA	37
PARAGUAI	34
PANAMÁ	28
GUATEMALA	21
URUGUAI	21
BOLÍVIA	18
CUBA	17
ANDORRA	11
TOTAL	2.274

Tabela 1. Número de empresas que responderam ao inquérito por país.

B. A qual das seguintes categorias pertence a sua empresa?

Gráfico 2. Setores aos quais pertencem as MPMEs que participaram no inquérito



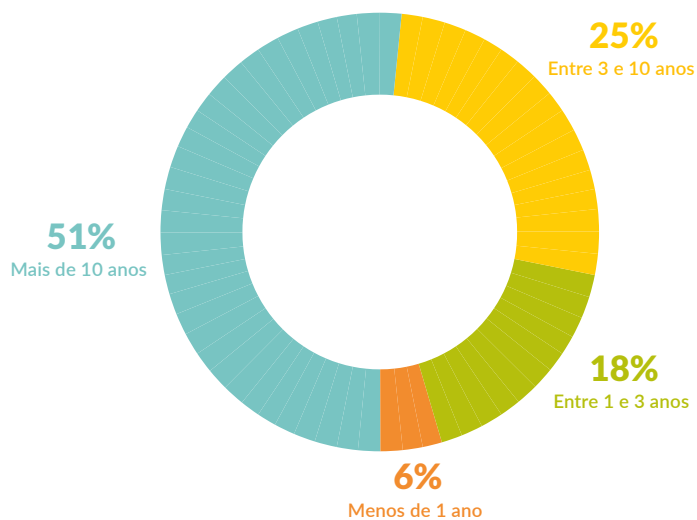
Na seguinte tabela, observa-se o total de empresas por setor e a sua respetiva percentagem:

SECTOR	%
Serviços profissionais e técnicos	15,85
Manufaturas	14,48
Outros	12,70
Comércio de retalho/Retalhistas	8,31
Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs)	7,13
Agricultura, floresta, caça e pesca	5,89
Construção	5,66
Comércio grossista/Grossistas	4,80
Outros serviços (exceto administração pública)	4,61
Alojamento e serviços alimentares	4,25
Serviços educativos	3,93
Artes, entretenimento e lazer	3,79
Finanças e seguros	2,28
Serviços de saúde e assistência social	1,78
Eletricidade, água e gás	1,51
Gestão de companhias e empresas	0,96
Mineração	0,87
Bens imobiliários, renda ou arrendamento	0,78
Serviços administrativos e resíduos sólidos	0,41
TOTAL	100%

Tabela 2. Empresas inquiridas por setor.

C. Qual é a antiguidade da sua empresa?

Gráfico 3. Antiguidade das MPMEs que participaram no inquérito



D. Qual é o género do proprietário ou pessoa responsável pelas decisões mais importantes da empresa?

Gráfico 4. Género da pessoa que lidera a empresa



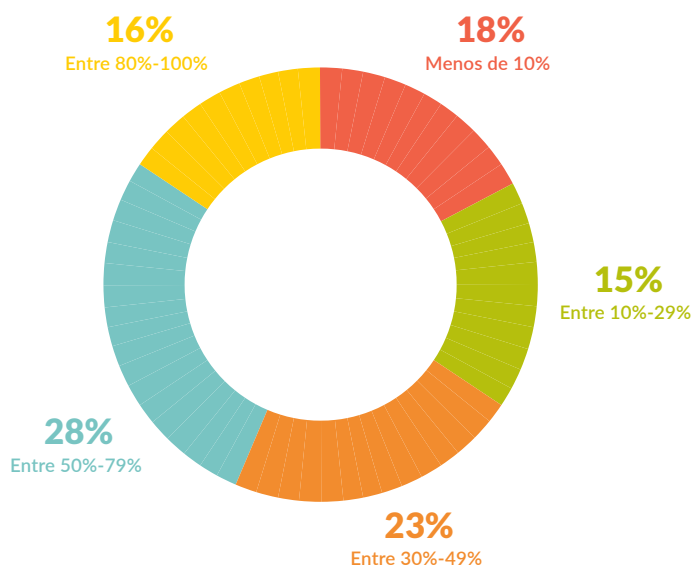
E. Quantos trabalhadores tem a sua empresa?

Gráfico 5. Número de trabalhadores que a empresa tem



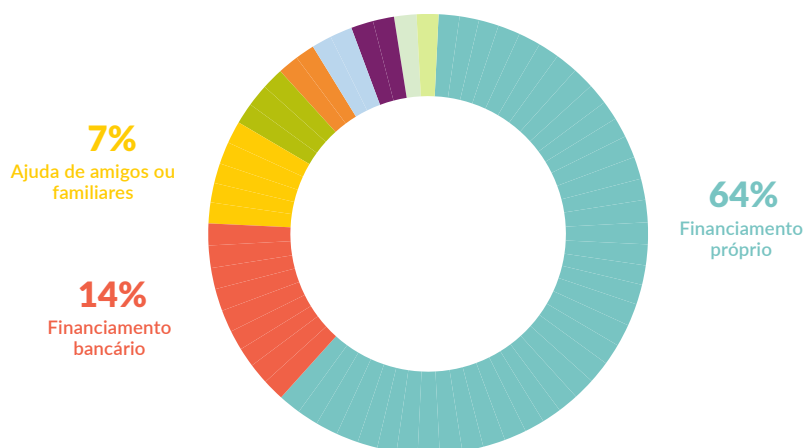
F. Que percentagem de trabalhadores da sua empresa são mulheres?

Gráfico 6. Distribuição das empresas por percentagem de mulheres empregad



G. Qual foi a principal fonte de financiamento para iniciar a sua empresa?

Gráfico 7. Fonte de financiamento das MPMEs inquiridas



Financiamento próprio	64%
Financiamento bancário	14%
Ajuda de amigos ou familiares	7%
Não sabe/Não responde	4%
Financiamento não bancário	3%
Crowdfunding/Investidores privados	3%
Subsídios públicos	3%
Empréstimos informais	1%
Outra	1%



I.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Descrevia Joseph Schumpeter na sua Teoria do Desenvolvimento Económico como as inovações tecnológicas podiam significar um elemento disruptivo que permitisse ultrapassar os ciclos económicos adversos. Seguindo esta mesma tese, a digitalização foi um elemento disruptor que guiou as diferentes revoluções industriais e foi acelerada no século XXI.

No Governo de Espanha, estamos a elaborar um roteiro ambicioso para a transformação digital do país – **Agenda España Digital 2026** – para aproveitar plenamente as novas tecnologias e alcançar um crescimento económico mais intenso e sustentável, rico em emprego de qualidade, com maior produtividade e que contribua para a coesão social e territorial, proporcionando prosperidade e bem-estar a todos os cidadãos em todo o território. Até 2026, o desafio é acelerar a digitalização das empresas com especial atenção às PMEs, MPMs e startups e criar condições favoráveis para o aparecimento e maturação de empresas emergentes com uma base tecnológica.

O seu impacto já se está a notar. Espanha avançou no índice europeu de digitalização (DESI) e também queremos ser um aliado da Ibero-América para levar à região as melhores práticas que se estão a desenvolver em Espanha. Experiências como aquelas que se desenvolveram com a República Dominicana ou a Argentina, nas quais se partilharam as políticas públicas em matéria de clusters ou digitalização Industrial, dão destaque à existência dessa interconexão entre Espanha e a América Latina que tem como eixo vertebral um uso humanístico das disrupções que assinalava Schumpeter.

Reyes Maroto Illera,
Ministra da Indústria, Comércio e Turismo de Espanha



Hoje em dia, ter uma estratégia de transformação digital é indispensável para a expansão dos mercados e ter um défice tecnológico pode ser um grande obstáculo para o desenvolvimento das empresas.

Sem qualquer dúvida, a pandemia foi um acelerador da transformação digital das empresas de todo o mundo e a Ibero-América não foi exceção. De acordo com o gráfico 8, **um número muito elevado de empresas (86%) interiorizou a necessidade de se digitalizarem, embora apenas 15% considere que tem um elevado grau de maturidade digital.** No entanto, apenas uma percentagem bastante baixa da amostra relatou não possuir quaisquer ferramentas ou canais digitais.

Uma percentagem maioritária das empresas (43%) refere que, embora tenham percorrido um longo caminho nos últimos tempos, ainda têm algum caminho a percorrer para atingir um elevado nível de maturidade digital, o que talvez esteja a demonstrar o esforço de adaptação que a pandemia implicou para continuar com as operações. De facto, quando olhamos para essa percentagem de empresas, verificamos que 75% delas implementaram experiências de teletrabalho durante a pandemia e 55% diz ter uma estratégia de transformação digital.

Quando inquirimos acerca do grau de maturidade digital das empresas ibero-americanas, quisemos aprofundar sobre a existência ou inexistência de alguma correlação com a antiguidade das firmas e o resultado que recolhemos é que **são as empresas mais antigas (+10 anos) que têm um maior grau de digitalização.** Talvez isto se deva ao facto de tantos anos de sobrevivência estarem a ser sustentados por melhorias significativas na produtividade, graças à adoção de ferramentas digitais.

Outro dado a destacar é que **mais de 80% das PME de criação recente tem como prioridade atingir um alto nível de digitalização nas suas empresas,** o que poderia ser indicativo de uma maior consciencialização da sua utilidade por parte dos empresários que estariam a fazer emergir modelos de negócio mais inovadores, pelo menos em termos da necessidade de adoção de tecnologia para se ser competitivo.

Gráfico 8. Nível de digitalização da empresa

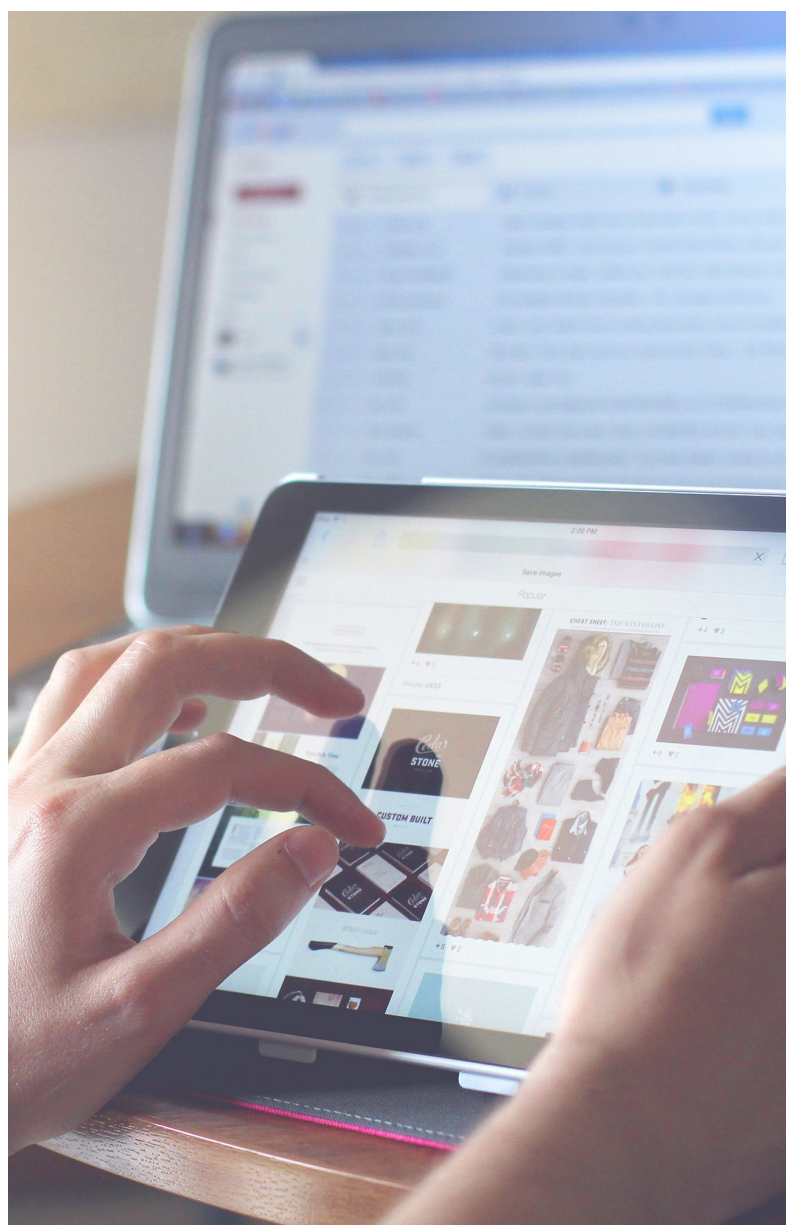
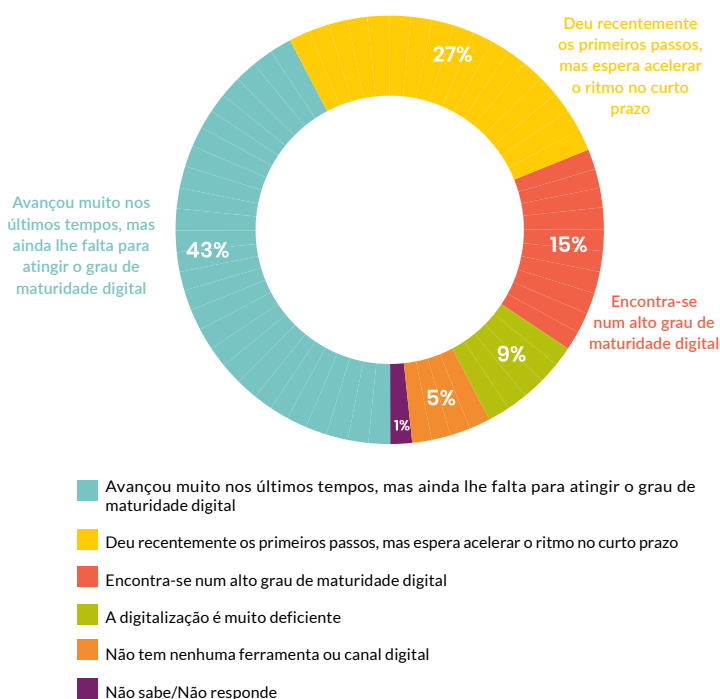
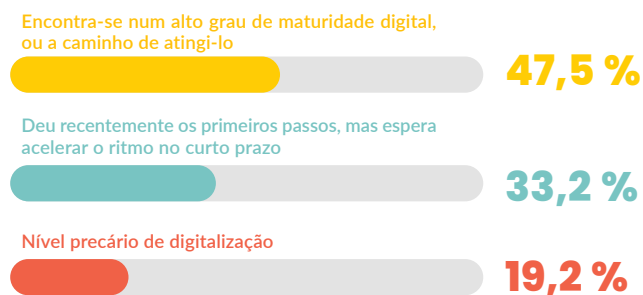


Gráfico 9. Nível de digitalização das PMEs com menos de três anos de criação



Formar grupos por setor permite-nos ver que, **tanto as empresas de TIC como as empresas que fornecem Serviços Profissionais, parecem estar num nível de maturidade digital mais alta.** As primeiras, pela referência óbvia de se dedicarem centralmente à própria atividade de digitalização; e as segundas, por terem práticas mais generalizadas de teletrabalho, gestão de processos e comunicações.

Os setores nos quais a maioria dos inquiridos afirma ter uma estratégia de transformação digital são as Manufaturas, Serviços Profissionais e TIC, os mesmos três setores que têm uma presença semelhante de estratégias de inovação, como analisaremos a seguir. Parece existir uma consciência crescente nestes três setores de que a melhoria da produtividade deve ser acompanhada por estas duas ferramentas.

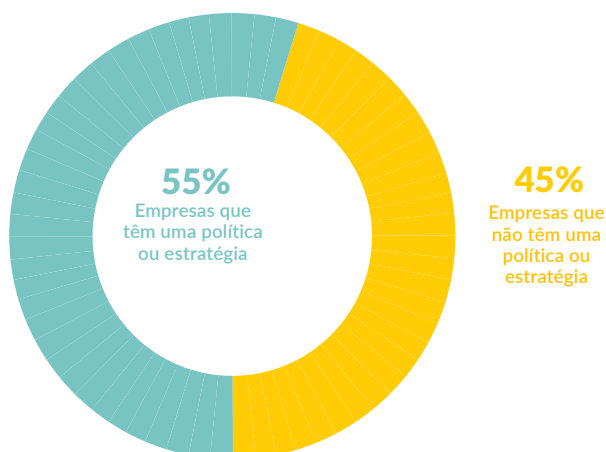
Contar com o talento adequado para empreender a transformação é uma condição indispensável que não é alheia às necessidades do tecido produtivo ibero-americano. 59.6% afirma ter trabalhadores suficientemente preparados, embora uma percentagem bastante alta (47.2%) esteja a pensar contratar mais especialistas digitais, provavelmente, conscientes de que o desafio da transformação exigirá um esforço extra.

Quanto à dificuldade de competir por esse talento, tão escasso a nível global, não parecem existir grandes problemas para as PMEs ibero-americanas. De uma percentagem global baixa, os setores que mais se depararam com este problema são as TIC, os Serviços Profissionais e as Manufaturas.





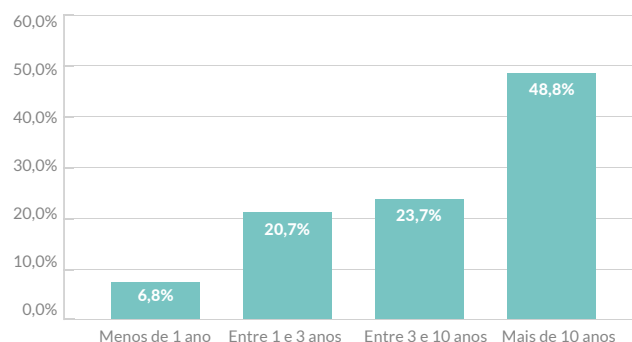
Gráfico 10. Empresas que têm uma política ou estratégia de transformação digital na Ibero-América



Dos 55% de empresas que diz ter uma estratégia de transformação digital, 59.9% está a considerar contratar mais especialistas digitais, certamente conscientes do desafio significativo envolvido, que poderia transcender as atuais capacidades e recursos.

As empresas com mais de 10 anos de existência também são as que afirmam ter trabalhadores mais preparados para a transformação digital. Não são apenas as empresas que têm uma maior percentagem de autoavaliação de maturidade digital, mas também as que se sentem habilitadas para o fazer.

Gráfico 11. Empresas que afirmam ter trabalhadores preparados para a transformação digital, tendo em conta a antiguidade



FERRAMENTAS OU CANAIS DIGITAIS

77% das PME's implementou ferramentas digitais durante a pandemia. Destas, 39.7% considera que isto desempenhou um papel fundamental para sobrevivência do negócio.

Quisemos conhecer quais são os canais digitais mais utilizados, pedindo aos inquiridos que referissem todos os que fazem parte da sua empresa. Vemos uma penetração cada vez mais completa dos websites (78%), em comparação com estudos recentes pré-pandemia e do impacto imediato pós-pandemia. Esta é talvez uma das medidas mais tangíveis quando se trata de implementar uma estratégia digital, o que poderia facilitar a sua penetração. As ferramentas de teletrabalho (58%), uma prática muito recente até há pouco tempo e agora mais comum, estão a ganhar um lugar muito relevante. Por outro lado, as campanhas de construção de reputação e relevância

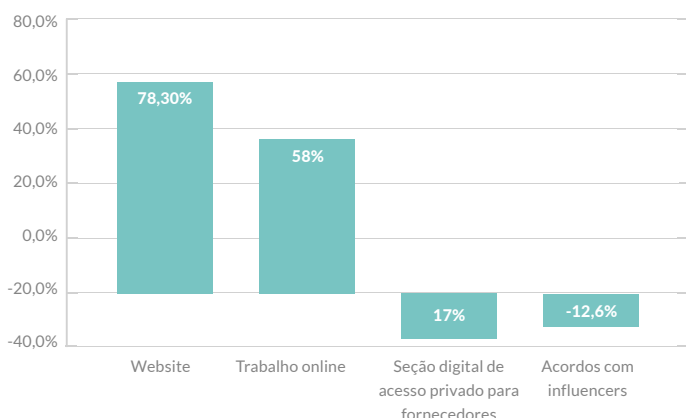


As empresas com mais de 10 anos de existência também são as que afirmam ter trabalhadores mais preparados para a transformação digital.

através de influenciadores ainda não parecem ser uma prática generalizada entre as PMEs ibero-americanas, como começa a ser o caso das grandes empresas multinacionais.

A menor utilização dos canais correspondentes à secção digital de acesso privado para fornecedores pode dever-se à falta de conhecimento sobre o seu funcionamento.

Gráfico 12. Canais digitais de maior e menor utilização por partes das MPMEs inquiridas.



Analisámos as perspetivas das empresas que decidiram implementar práticas de teletrabalho (77% do total da amostra) para tentar compreender a sua sustentabilidade a longo prazo e para não sobrestimar o seu papel futuro. No entanto, verificamos que **79.4% das empresas acredita que continuará a utilizar o teletrabalho como ferramenta de gestão empresarial**, uma percentagem muito elevada que é a prova de uma mudança na cultura organizacional.

A PANDEMIA COMO EIXO DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Repetimos frequentemente que a pandemia atuou como um acelerador da transformação digital, com uma apropriação desigual por parte das PMEs ibero-americanas. Há um antes e um depois, o que desencadeou uma grande implantação, com um planeamento e sistematização desiguais. Quisemos perguntar aos responsáveis das empresas qual o impacto que a transformação digital teve nos resultados da sua empresa após a pandemia, para tentar compreender se consideram que este



esforço teria valido a pena. Uma percentagem muito elevada tem uma avaliação positiva, afirmando que desempenhou um papel fundamental na sobrevivência do negócio, observando também que foi um fator de expansão de oportunidades.

Gráfico 13. Impacto da estratégia de transformação digital durante a pandemia

Tiveram um papel fundamental para a sobrevivência do meu negócio



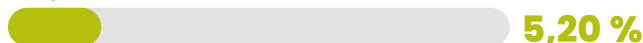
Ampliaram positivamente as minhas oportunidades



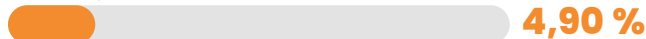
Ajudaram a tornar o negócio mais eficiente



Proporcionaram novos clientes



O seu impacto não foi claro



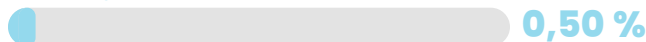
O seu impacto foi irrelevante



Não sabe/Não responde



Gerou um impacto negativo nos resultados da minha empresa



Relativamente ao nível de digitalização das MPMEs lideradas por mulheres, 48.2% avançou ou já se encontra num nível elevado de digitalização - quase 15 pontos abaixo dos homens - enquanto 32.6% está a iniciar um processo de digitalização que espera acelerar a curto prazo (9 pontos acima dos homens). Isto mostra que **a digitalização ainda é uma área onde as disparidades de género são marcadas, embora se espere que as mulheres sejam capazes de acelerar o ritmo a curto prazo.**

Gráfico 14. Nível de digitalização das PMEs lideradas por mulheres

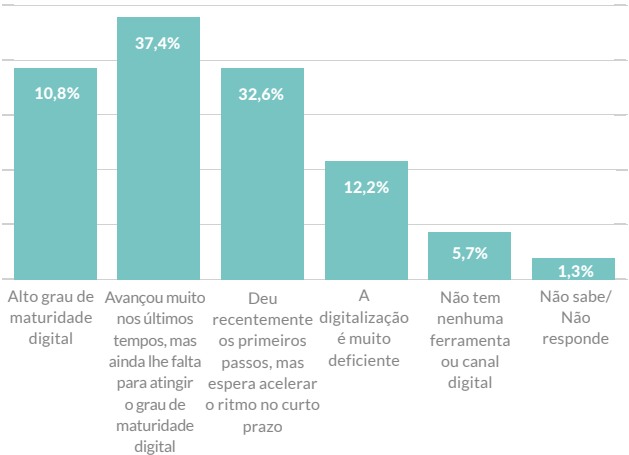
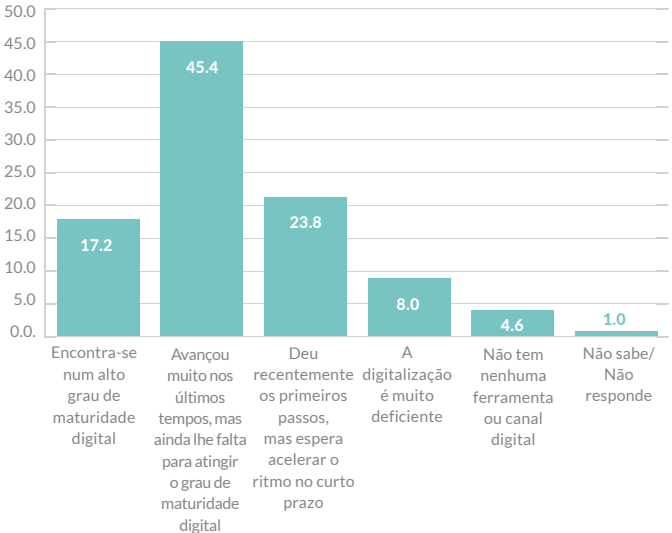


Gráfico 15. Nível de digitalização das PMEs lideradas por homens





II. INOVAÇÃO

No Equador, tal como no resto da região, as MPMEs representam um setor maioritário na economia do país; portanto, reforçar e promover os seus processos de reativação, crescimento e consolidação deve ser um dos principais objetivos do governo. Com esta visão, o Ministério da Produção, Comércio Exterior, Investimento e Pesca está a promover a estratégia “**Ecuador Compite**”, que procura promover o desenvolvimento do tecido económico baseado em três pilares: a) **Ecuador Produce**: pilar focado em lançar as bases da competitividade através da otimização da estrutura dos custos de produção, da consolidação do sistema de qualidade e da institucionalização de estratégias de colaboração, tais como os clusters.; b) **Ecuador Global**: pilar orientado para a abertura de mercados e atrair investimento; e, c) **Ecuador Innova**: pilar orientado para a consolidação dos ecossistemas locais de Empreendedorismo e Inovação, para reduzir as lacunas na gestão da inovação e para fomentar o empreendedorismo com potencial dinâmico e a gestão empresarial das PMEs. Desta forma, o Governo Nacional reforça os diferentes setores e cadeias de produção, melhorando as condições para a inovação, diferenciação, ligações aos mercados e investimento, ações que têm um impacto especial nas PMEs.

Sem dúvida, a partilha de experiências anteriores a nível regional e ibero-americano permitir-nos-á obter melhores benefícios para os nossos países; daí a importância de dispormos de contributos como este estudo, que nos permite conhecer a situação real das PMEs para a criação da política pública correspondente.

Julio José Prado
Ministro da Produção, Comércio Exterior,
Investimento e Pesca
Equador





A inovação é um elemento fundamental para as MPMEs, já que aumenta a produtividade da empresa e gera retornos positivos. Segundo um relatório desenvolvido pela Fundação para a Análise Estratégica e Desenvolvimento da PME (2021), nos dois últimos anos, devido à pandemia, 72.4% das empresas fez alterações ou melhorias nos produtos ou serviços, enquanto 67.8% comercializou novos produtos ou serviços.

Ao contrário de outros estudos recentes, quisemos saber um pouco mais sobre quais são as práticas de inovação mais recorrentes entre as PMEs ibero-americanas e tentar compreender quais são as características que melhor definem a sua atitude inovadora, para podermos conhecer a sua autopercepção a este respeito. Para isso, pedimos-lhes que indicassem - a partir de uma lista fechada - todas as práticas propensas à inovação que integram na sua atividade. **69.4% referiu que na sua empresa costumam estar dispostos a ouvir novas ideias para melhorarem o seu negócio.** **34.4% manifestou estar a estabelecer parcerias com outras empresas e fornecedores para impulsionar inovações,** enquanto 45.3% manifestou ter em conta a avaliação dos clientes para efetuar melhorias na operação do negócio.

Por outro lado, uma de cada quatro empresas (24.4%) referiu que participa em eventos de inovação, empreendimento e transformação digital.

Gráfico 16. Quais são as práticas de inovação mais frequente nas PMEs ibero-americanas?

A minha empresa está disposta a ouvir novas ideias para melhorar o nosso negócio



A minha empresa tem constantemente em conta a avaliação dos clientes para efetuar melhorias na operação do negócio



A minha empresa estabelece parcerias com outras empresas e fornecedores para promover inovações



A minha empresa participa em eventos de inovação, empreendimento e transformação digital



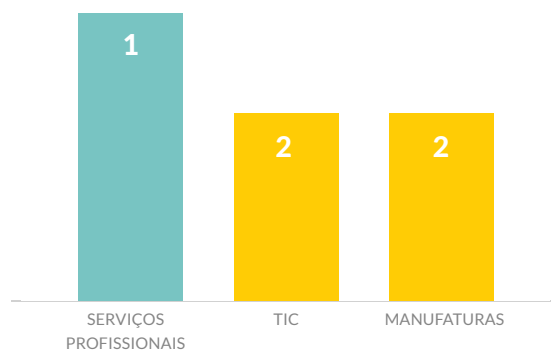
Estes dados mostram que as PMEs ibero-americanas estão dispostas a receber aconselhamento e a estabelecer parcerias com outras empresas para inovar, para além de ter em consideração a avaliação dos clientes como fonte de melhoria constante. Também parecem valorizar cada vez mais a importância de participar em eventos de inovação, empreendedorismo e transformação digital. Este dado segue a tendência a nível empresarial de considerar a inovação como uma prática colaborativa, que transcende as paredes das suas próprias fábricas ou laboratórios de I+D e tem lugar dentro de um ecossistema onde as boas ligações são cruciais.

Uma das conclusões que podemos retirar é que a **inovação aberta**, entendida como uma ferramenta visível de colaboração com startups e entidades externas, **ainda é muito incipiente, o que confirmaria que costuma ser uma prática muito mais difundida nas grandes empresas do que nas PMEs.** “A minha empresa está a investir em startups ou noutras companhias” e “A minha empresa solicita às startups que resolvam desafios tecnológicos da nossa companhia” são, de longe, aquelas que mais resistência demonstraram na altura de responder, mostrando uma baixa penetração da inovação aberta na rede das micro, pequenas e médias empresas.

A resposta ao nosso índice permite-nos também compreender quais são os setores a que pertencem **as empresas que manifestam ter um espírito mais inovador: encontram-se sobretudo nos setores dos Serviços Profissionais, Manufaturas e TIC.** É provável que os Serviços Profissionais tenham, por definição, mais integrada a abertura necessária para inovar e tenham também uma maior predisposição para desenvolver propostas de valor em colaboração com outras empresas. Por outro lado, tanto a indústria das Manufaturas como a das Tecnologias da Informação e Comunicação costumam dar maior visibilidade à importância da inovação, perante o enorme desafio de ser competitivo num cenário global com ciclos de vida cada vez mais curtos, tanto de produtos, como de modelos de negócio.

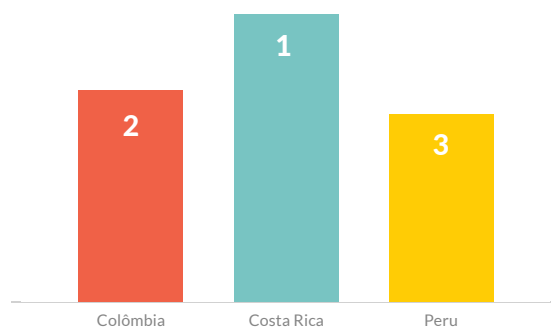


Gráfico 17. Setores mais inovadores



Os países cujas MPMEs demonstram um maior grau de atitude inovadora são a Costa Rica, a Colômbia e o Peru:

Gráfico 18. Países com maior atitude inovadora





III.

COMÉRCIO E INTERNACIONALIZAÇÃO

A Costa Rica apostou, há uns anos, no desenvolvimento inclusivo e sustentável baseado, em grande medida, na integração nos mercados internacionais. Hoje em dia, a Costa Rica conta com 16 acordos comerciais bilaterais e regionais que abrangem mais de 50 países parceiros. Esta plataforma comercial conseguiu transformar e promover o desenvolvimento do nosso país. As PMEs costa-riquenhas beneficiaram com isso, tanto na condição de fornecedoras de empresas exportadoras, como de exportadoras diretas.

Das 2.407 empresas exportadoras de bens, 74% são PMEs. Representam 12% das exportações totais de bens, portanto existe um claro potencial de crescimento para as mesmas. Com o objetivo de promover o seu potencial exportador, a Promotora do Comércio Exterior da Costa Rica (PROCOMER) focou-se em programas orientados para a sua inserção e crescimento em mercados internacionais. Atualmente, 82% das empresas utilizadoras dos serviços da PROCOMER são PMEs, com programas especializados orientados para o fortalecimento da sua estrutura empresarial e capacidades de análise financeira para a identificação de oportunidades; melhoria na gestão de clientes, novos produtos e processos; formação individualizada; e programas de promoção comercial.

Do mesmo modo, o nosso país reconheceu o valor de incluir capítulos sobre esta temática nos seus acordos comerciais, como no caso do Acordo de Associação Comercial entre a Costa Rica e o Equador, atualmente em negociação. Para além disso, os blocos comerciais aos quais a Costa Rica aspira integrar-se, contemplam disposições nesse sentido, como é o caso da Aliança do Pacífico e do Tratado Integral e Progressista de Associação Transpacífico (CPTT, devido às suas siglas em inglês), com os quais se espera integrar ainda mais as PMEs no comércio internacional.

Adicionalmente, a Costa Rica está a trabalhar de maneira articulada através do Conselho Assessor PME que reúne instituições públicas, academia e câmaras de comércio, coordenação fundamental para criar o ecossistema apropriado de apoio às PMEs.

Manuel Tovar,
Ministro de Comércio Exterior da Costa Rica



A baixa presença de MPMEs latino-americanas nos mercados internacionais é um importante travão ao crescimento. Alguns especialistas falam de uma certa desconexão com o mercado internacional, limitando as suas operações a um enquadramento nacional. Relatórios anteriores identificam os fatores financeiros e tecnológicos como os principais obstáculos, acompanhados da burocracia administrativa e dificuldades aduaneiras, barreiras relevantes à expansão de qualquer negócio.

Talvez esta seja uma das variáveis que mais diferencia a América Latina da Península Ibérica, cujas MPMEs costumam ser exportadoras muito mais ativas, produto das políticas de apoio e incentivos públicos e da sua inserção em cadeias de valor globais.

Um inquérito realizado pelo Banco Mundial¹, em 2020, sobre as PMEs latino-americanas, concluiu que 72% das pequenas e 65% das médias empresas não exportavam de maneira direta nem indireta. Por outro lado, as poucas exportações realizadas concentram-se em setores primários com pouca ligação à estrutura produtiva, o que impede a ligação das MPMEs às cadeias de produção globais.

A antiguidade das empresas é outro dos fatores relevantes que afetam o nível de expansão em mercados exteriores, sendo as mais antigas mais internacionais. O estudo pormenoriza que as empresas com uma antiguidade superior a 10 anos foram as menos prejudicadas pelos efeitos da pandemia. Estas empresas têm estruturas mais

fortes e sistemas mais desenvolvidos devido à experiência que adquiriram ao longo dos anos.

DADOS SOBRE INTERNACIONALIZAÇÃO

Ao avaliar a capacidade de exportação das MPMEs ibero-americanas, **apenas 35.6% das empresas exportaram os seus produtos, em comparação com 64.4% que ainda não o fez ou não tenciona fazê-lo**. Uma elevada percentagem de empresas não iniciou procedimentos de exportação devido à falta de conhecimento dos mecanismos de acesso aos mercados internacionais (33.2%) e outra parte

Gráfico 19. ¿Quais são as razões pelas quais a sua empresa NÃO exporta?



1 Organização Internacional do Trabalho. Medidas de apoio às MPMEs em ALC. Link: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_762907.pdf

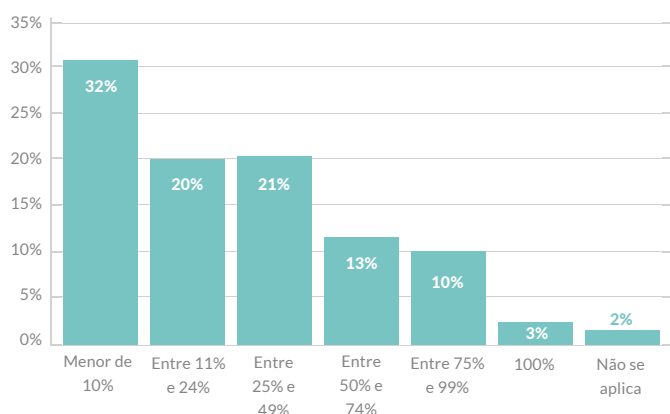


considera que o seu negócio ainda não tem produtos/ serviços que sejam exportáveis (20.2%).

Quanto aos setores exportadores, quase 20% das empresas exportadoras corresponde ao setor das Manufaturas e os destinos mais comuns de exportação são a América Latina (43.2%), União Europeia (29.7%) e Estados Unidos (27.1%). Este dado contrasta com a citação recorrente na literatura especializada do baixo comércio intrarregional existente na América Latina, em comparação com outras regiões do mundo.

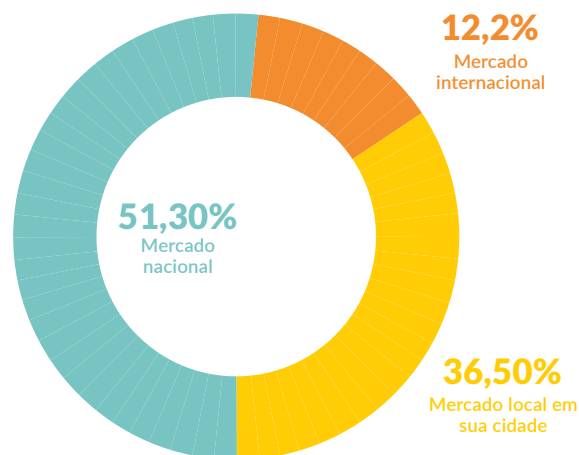
Em termos do volume total de negócios que as exportações representam para as empresas que procuram os mercados internacionais, para mais de metade delas, representam menos de 25% das suas receitas totais. Podemos indicar que, para a maioria das empresas inquiridas, as exportações ainda estão longe de desempenhar um papel central na sua atividade.

Gráfico 20. Qual é o peso das exportações para as PME's ibero-americanas?



Esta tendência confirma-se quando inquirimos sobre a relevância dos seus mercados de destino, pedindo-lhes que assinalassem se o seu modelo de negócio é dirigido ao mercado internacional ou simplesmente estão a desenvolver a sua atividade no mercado local da sua cidade. **Na sua grande maioria, referiram que o mercado nacional continua a ser o seu objetivo prioritário.** Se a isto acrescentarmos uma percentagem significativa que indica que o seu mercado-alvo é o mercado local da sua cidade, é evidente que o peso relativo da prioridade de exportação é baixo.

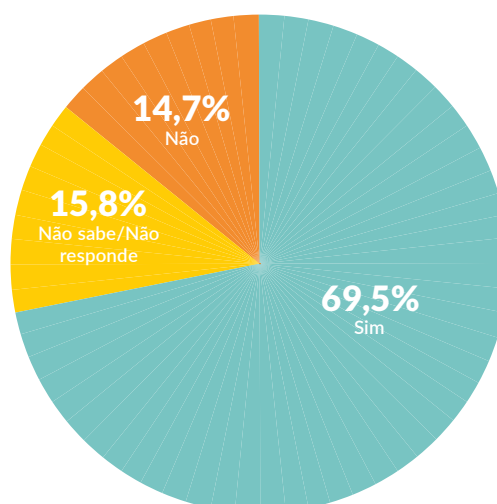
Gráfico 21. Quais dos seguintes mercados teve uma maior participação no total das vendas da sua empresa durante o último ano?



AFINIDADE CULTURAL COM OS PAÍSES DA IBERO-AMÉRICA

Com base nas raízes históricas e culturais comuns que sustentam a comunidade ibero-americana, quisemos descobrir se estes laços poderiam ser uma vantagem que pudesse impulsionar o intercâmbio comercial. Quando inquiridos sobre se consideravam que esta afinidade cultural poderia ser uma vantagem comercial nestes países, uma grande maioria respondeu afirmativamente. **Apesar da incidência relativamente baixa do comércio intrarregional em comparação com outras regiões do mundo, a proximidade, os laços históricos e a afinidade cultural são fatores reconhecidos como facilitadores do comércio.**

Gráfico 22. Tendo em conta a afinidade cultural com os países da América Latina, considera que a mesma pode ser uma vantagem para vender os seus produtos e serviços nesses países?





IV.

SOSTENIBILIDAD

Representantes de 99% do tecido empresarial, as Pequenas e Médias Empresas (PME) constituem a base da riqueza produzida em Portugal. Mesmo perante contextos adversos, as PMEs têm-se destacado, ao longo dos anos, pela sua resiliência, apostando cada vez mais na inovação e tecnologia, e na internacionalização dos seus produtos e serviços, assumindo, ainda, um papel essencial enquanto fornecedoras de oportunidades de emprego e de desenvolvimento nas comunidades.

Após um período em que, fruto das implicações associadas à gestão da crise pandémica, as PMEs enfrentaram dificuldades sem precedentes, elas dão hoje sinais de recuperação, de forma particularmente evidente ao nível da produção industrial, dos serviços e das exportações.

Porém, o futuro apresenta novos desafios para as PMEs, não apenas em Portugal, mas em todos os países ibero-americanos, seja ao nível da atual conjuntura geopolítica internacional, como na transição digital e climática.

Posto isto, estou convicto que a superação dos desafios do presente e do futuro exigirá uma forte cooperação além-fronteiras, envolvendo a partilha de experiências ao nível público e privado, no desenvolvimento de um ecossistema mais empreendedor, competitivo e internacional.

***João Correia Neves, Secretário de Estado da
Economia Portugal***



A contribuição para o desenvolvimento sustentável não é um compromisso que se limita aos governos, às entidades públicas, às organizações internacionais ou aos grandes atores do setor privado. É uma tarefa e uma responsabilidade de cada membro da sociedade e, neste contexto, as micro, pequenas e médias empresas são um ator relevante se quisermos chegar a 2030 com as tarefas cumpridas.

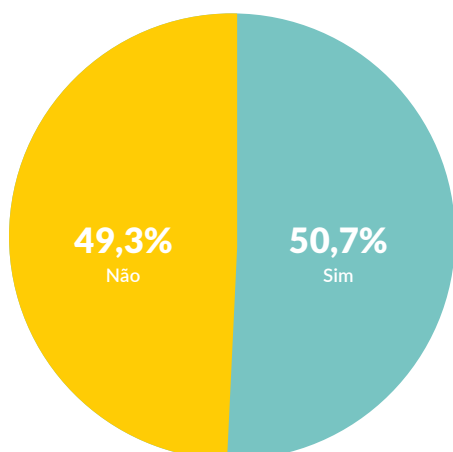
Hoje em dia, não é possível conceber um desenvolvimento empresarial sem uma perspetiva sustentável. As esferas social, económica e ambiental interagem inseparavelmente no tecido empresarial e, pouco a pouco, as empresas mais pequenas têm vindo a incorporar esta visão nas suas estratégias empresariais. Cada vez mais MPMEs estão a alinhar o seu crescimento e a criação de empregos produtivos com os objetivos de desenvolvimento sustentável.

DADOS SOBRE SUSTENTABILIDADE

A presença de uma **estratégia ou plano de sustentabilidade** dentro das MPMEs ibero-americanas é cada vez mais frequente. Em alguns casos, os avanços devem-se à pressão interna dos cidadãos e consumidores que exigem cada vez mais um compromisso ético por parte das empresas e, noutros, à evolução da regulamentação, especialmente nos países europeus abrangidos pelo enquadramento regulamentar da União Europeia.

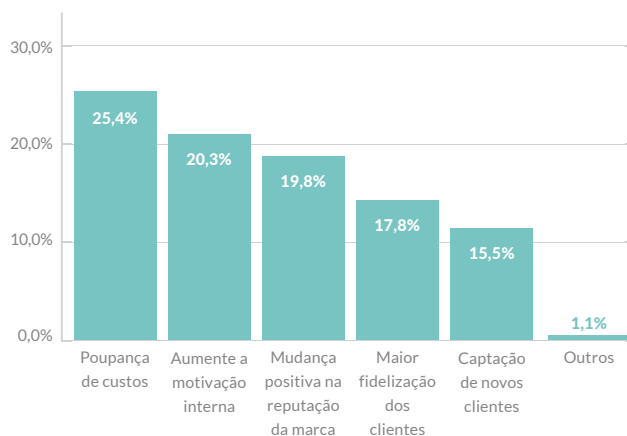
Em particular, **a sustentabilidade é uma prioridade para, pelo menos, metade das MPMEs ibero-americanas:**

Gráfico 23. A sua empresa tem uma política ou plano de sustentabilidade?



Entre as **vantagens** mais frequentemente mencionadas pelas MPMEs quando investem na sustentabilidade, destacam-se a **poupança de custos e o aumento da motivação interna**. Isto mostra que esse mesmo investimento não é apenas um compromisso ético por parte das empresas, mas também uma aposta comercial.

Gráfico 24. Vantagens de investir em sustentabilidade



SELOS OU CERTIFICAÇÕES DE SUSTENTABILIDADE

Apenas **28.6%** das PMEs ibero-americanas possui um selo em matéria de sustentabilidade, sendo a mais recorrente a Norma ISO (59%), seguida da Certificação Ambiental (25%).

Embora seja um número modesto, é importante referir que 70% das empresas o veem como uma aspiração, refletindo mais uma vez a importância da sustentabilidade no seio das MPMEs ibero-americanas.

Gráfico 25. A sua empresa possui selos ou certificações de sustentabilidade?

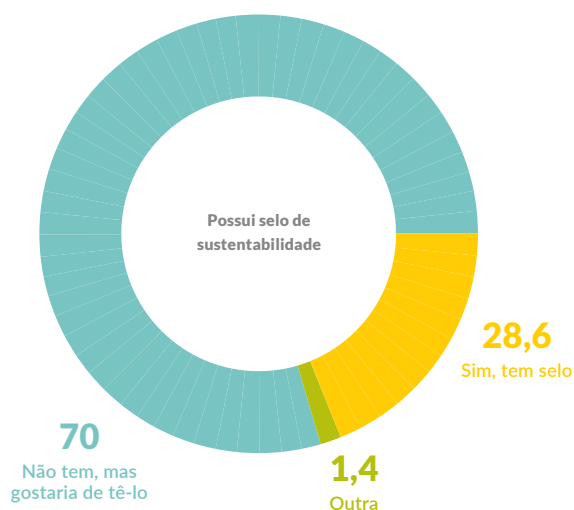
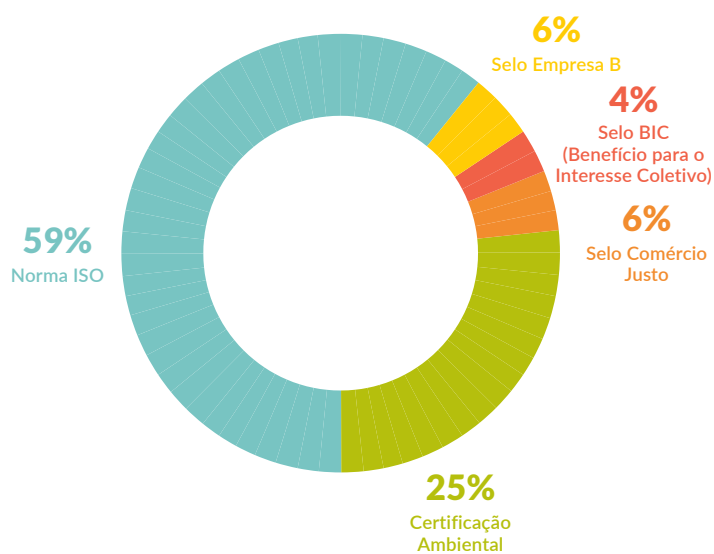


Gráfico 26. Selos ou certificações de sustentabilidade que as MPMEs inquiridas possuem



Agora, no que diz respeito à **presença de selos por setor**, verificou-se que o setor com mais selos B e Comércio Justo é a Agricultura; o setor com mais selos BIC (Benefício para o Interesse Coletivo) é o das Tecnologias da Informação e Comunicação; enquanto que o setor das Manufaturas é o que tem o maior número de selos de certificação ambiental, bem como as normas ISO.

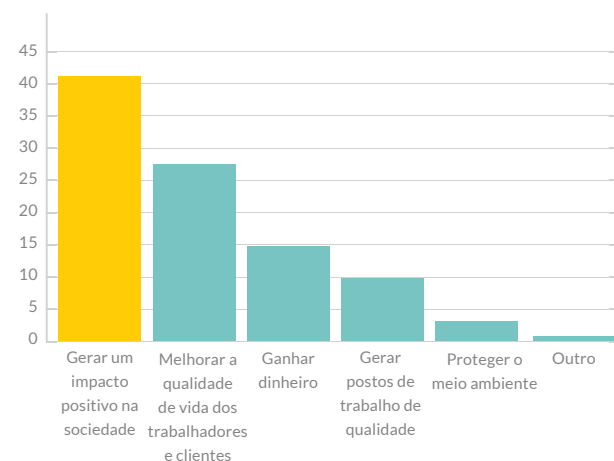
Nos últimos anos, a Ibero-América tem assistido a um auge regulamentar a favor das empresas que procuram um triplo impacto económico, social e ambiental. Através do modelo de **Sociedade de Interesse e Benefício Coletivo**, vários países da região aprovaram estruturas jurídicas especialmente adaptadas às empresas que vão para além da procura do retorno económico.

Até à data, a Colômbia, o Equador, o Peru, o Uruguai, o Panamá e recentemente Espanha aprovaram estas figuras jurídicas que, entre as suas características, estabelecem a obrigação de medir o impacto social e ambiental destas empresas.

A maioria das empresas que adotaram este novo modelo empresarial foram micro, pequenas e médias empresas, demonstrando o compromisso com a sustentabilidade que as empresas mais pequenas têm na Ibero-América. De acordo com um relatório apresentado pelo Ministério do Comércio, Indústria e Turismo da Colômbia², das 1.043 sociedades BIC registadas no país em dezembro de 2021, 85% delas eram microempresas e o segmento das MPMEs representava 98% do total.

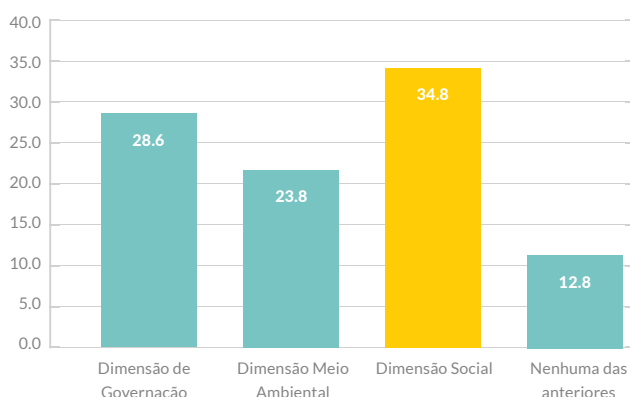
² <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/colombia-llega-a-las-1-000-empresas-bic>

Gráfico 27. Qual devia ser o principal objetivo de todas as empresas?



41.8% das PMEs ibero-americanas considera que o principal objetivo é gerar um impacto positivo na sociedade, o que coincide com a dimensão na qual consideram ter mais impacto.

Gráfico 28. Dimensão na qual as MPMEs têm maior impacto



PRINCIPAIS INICIATIVAS SUSTENTABILIDADE

A economia circular caracteriza-se por modelos de produção e consumo sustentáveis, nos quais os recursos se mantêm nos fluxos produtivos, promovendo a sua otimização e também a redução no consumo de matérias-primas e o aproveitamento dos resíduos. Para tornar possível este modelo económico com benefícios ambientais, é necessário uma série de mudanças nas políticas públicas, nos sistemas de gestão e nos mecanismos de financiamento, apenas para referir algumas das áreas de incidência para termos empresas circulares.



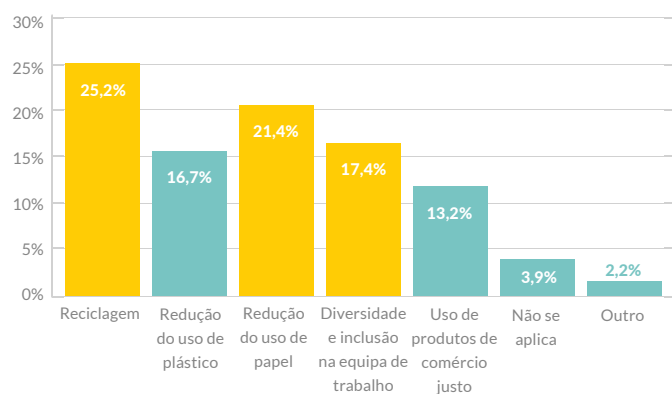
**O Chile, por exemplo,
implementou em 2016 a Lei de
Reciclagem e Responsabilidade
Produtora Alargada (Lei REP).**

Entre as mudanças, destaca-se o controlo dos fluxos de materiais e de resíduos. Relativamente a este elemento, o Plano de Ação da Economia Circular da União Europeia inclui indicadores para o fornecimento de matérias-primas, reparação e reutilização, geração e gestão de resíduos, comércio de matérias-primas secundárias na região e com outros países, utilização de materiais reciclados em produtos e o envolvimento dos cidadãos.

Na América Latina, países como o Chile, o Uruguai e a Colômbia já atualizaram os seus enquadramentos regulamentares. O Chile, por exemplo, implementou em 2016 a Lei de Reciclagem e Responsabilidade Produtora Alargada (Lei REP), mecanismo que estabelece um enquadramento para a gestão de resíduos, responsabilidade alargada do produtor nas fases pós-venda dos produtos e a promoção da reciclagem.

Entre as principais iniciativas relacionadas com a sustentabilidade, as empresas destacam precisamente a Reciclagem.

Gráfico 29. Principais iniciativas de sustentabilidade



CONSIDERAÇÕES FINAIS

As MPMEs ibero-americanas procuram ser competitivas numa conjuntura económica complexa e em constante mudança, assumindo o desafio da produtividade e exigindo melhorias nas condições do ambiente. As da América Latina fazem-no através do financiamento, em grande medida, com os seus próprios recursos, salientando as deficiências no acesso ao crédito. Ao mesmo tempo, demonstram uma grande capacidade de adaptação e de resiliência.

Perante os cenários globais de crise nas cadeias de abastecimento e inflação crescente, as empresas ibero-americanas não são exceção e a inflação está no topo das suas preocupações. Apesar deste cenário, a maioria das MPMEs está otimista quanto ao futuro das suas empresas, uma tendência que se mantém na maioria dos setores e embora o otimismo diminua quando pensam no futuro dos seus países, as perceções permitem-nos imaginar uma predisposição para o investimento e a produção.

A implementação da transformação digital das MPMEs ibero-americanas é uma realidade. Estão a desenvolver estratégias de digitalização que, entre outras coisas, conseguiram uma notável penetração de websites e o surgimento do teletrabalho. A pandemia foi um acelerador deste processo, abrindo novas oportunidades e desempenhando um papel central na sobrevivência dos seus negócios. As empresas mais antigas estão a atingir níveis mais elevados de digitalização, provavelmente devido à sua capacidade de adaptação ao longo dos anos. Do mesmo modo, estão cada vez mais conscientes da importância da interação nos seus ecossistemas para alcançar a inovação.

Embora ainda haja um longo caminho a percorrer para a internacionalização das MPMEs ibero-americanas, os últimos dois anos também significaram um salto nas suas exportações, apesar de continuarem a encontrar dificuldades na gestão das exportações.

As PME ibero-americanas desempenham um papel claro como agente de mudança, procurando gerar um impacto positivo na sociedade. Para o efeito, começaram a implementar estratégias e planos de sustentabilidade que têm como prioridade os cuidados ambientais. Embora não se caracterizem por terem esta estratégia certificada, gostariam de a ter. Têm uma mão-de-obra com uma participação feminina muito significativa, que ainda é baixa em termos de níveis de gestão.

Com níveis relativos de formalização na atualidade, poderia emergir um perfil das MPMEs ibero-americanas que, para serem competitivas, implementem uma estratégia tripla de sustentabilidade, transformação digital e internacionalização que poderia resultar num salto qualitativo no nosso tecido produtivo.



EQUIPA DE TRABALHO E INVESTIGAÇÃO

Esteban Campero, SEGIB

Luis Fernando Pizarro, SEGIB

Isabel Vera Ortiz, SEGIB

Narciso Casado, CEOE

Santiago Fernández de la Rosa, CEOE



Secretaría General
Iberoamericana
Secretaria-Geral
Ibero-Americana

