

Câmara do Comércio e Indústria Indonésia Portugal



Apresentação Institucional

Quem Somos?

A CCIIP – CÂMARA DO COMÉRCIO E INDÚSTRIA INDONÉSIA PORTUGAL:

- ✓ É uma Associação Privada sem fins lucrativos;
- ✓ Foi constituída no ano de 2012, com o apoio da Embaixada da Indonésia em Lisboa;
- ✓ Tem sede actual no Consulado da Indonésia no Porto.

Os nossos objectivos

- ✓ **FACILITAR, DINAMIZAR e PROMOVER** o intercâmbio comercial entre Portugal e a Indonésia;
- ✓ **REPRESENTAR** os interesses dos intervenientes nas relações comerciais entre os dois países, junto de entidades públicas e privadas ;
- ✓ **COLABORAR** em todas as manifestações de interesse que tenham como objectivo reforçar as relações económicas entre Portugal e a Indonésia (incluindo em matéria de cooperação tecnológica e académica);

O que oferecemos?

- ✓ **APOIO** aos nossos Associados na abordagem ao mercado Indonésio, na planificação de estratégias e identificação de oportunidades de negócio;
- ✓ **REALIZAÇÃO** de eventos e acções de formação destinadas a promover as relações comerciais entre os dois países;
- ✓ **ORGANIZAÇÃO** de missões empresariais internacionais;
- ✓ **Elaboração e divulgação de PUBLICAÇÕES e RELATÓRIOS** sobre o mercado Indonésio e sobre as relações comerciais entre Portugal e a Indonésia

Porquê a Indonésia?



“Um Arquipélago de Oportunidades”

- ✓ **A maior economia do Sudoeste Asiático e a terceira maior de toda a Ásia;**
- ✓ **O quarto país mais populoso do mundo, com mais de 240 milhões de habitantes;**
- ✓ **Uma Nação em transição de uma economia tradicional agrária para uma sociedade moderna, sofisticada e orientada para o consumo;**
- ✓ **Um país que nos últimos anos tem apresentado notáveis índices de crescimento, sempre acima dos 5% do PIB, e apontado como o próximo BRIC.**

“Um Arquipélago de Oportunidades”

- ✓ Facilidade de Fazer Negócios (*Doing Business 2013 ranking*) : 128 /185;
- ✓ Liberdade Económica (*Economic Freedom 2012 ranking*): 115/179
- ✓ Competitividade (*Global Competitiveness index 2012/2013 ranking*): 50/144
- ✓ COSEC (*risk group* - escala de 1 a 7, sendo 1 o risco menor e 7 o risco maior): grau 3
- ✓ Standard & Poor's rating: BB+
Moody's: Baa3
Fitch: BBB-

Importações / Exportações da Indonésia por País

Importações da Indonésia por país, 2011				Exportações da Indonésia por país, 2011			
Ranking	País	Importações (EUR milhões)	Share %	Ranking	País	Exportações (EUR milhões)	Share %
1	China	18 819.3	14.8	1	Japão	24 205.8	16.6
2	Singapura	18 641.6	14.6	2	China	16 470.7	11.3
3	Japão	13 954.7	11.0	3	Singapura	13 242.0	9.1
4	Coreia do Sul	9 333.3	7.3	4	E.U.A.	11 844.6	8.1
5	E.U.A.	7 778.4	6.1	5	Coreia do Sul	11 766.5	8.1
6	Tailândia	7 470.5	5.9	6	Índia	9 574.5	6.6
7	Malásia	7 470.3	5.9	7	Malásia	7 894.6	5.4
8	Arábia Saudita	3 896.1	3.1	8	Taiwan	4 727.7	3.2
9	Austrália	3 716.9	2.9	9	Tailândia	4 233.6	2.9
10	Índia	3 103.0	2.4	10	Austrália	4 008.0	2.7
...				...			
71	Portugal	38.2	0.03	65	Portugal	84.8	0.06

Fonte: UNComtrade.

Comércio Internacional

Relações com Portugal

Top 10 das importações portuguesas da Indonésia, 2011

Produtos (N.C. 4)	2011 (EUR Milhões)	Share (%)	TCMA ₀₈₋₁₁ (%)
7304 - Tubos e perfis ocos, sem costura, de ferro ou aço (excepto de ferro fundido)	17.8	20.7	n.d.
8528 - Aparelhos receptores de televisão, mesmo incorporando um aparelho receptor de radiodifusão ou um aparelho de gravação	11.9	13.7	n.d.
5510 - Fios de fibras artificiais descontínuas (excepto linhas paralelas)	5.8	6.7	22.0
1511 - Óleo de palma e suas fracções, mesmo refinados, mas não quimicamente modificados	5.7	6.6	-10.0
5509 - Fios de fibras sintéticas descontínuas (excepto linhas paralelas)	4.2	4.8	32.0
7318 - Parafusos, pinos ou Pernos, roscados, porcas, tirafundos, ganchos roscados, rebites, chavetas, cavilhas, contrapinos ou troços, anilhas ou arruelas	3.1	3.6	138.6
8521 - Aparelhos videofónicos de gravação ou de reprodução, mesmo incorporando um receptor de sinais videofónicos	2.8	3.2	-8.5
8712 - Bicicletas e outros ciclos, incluídos os triciclos, sem motor	2.5	2.9	n.d.
2922 - Compostos aminados de funções oxigenadas	2.2	2.5	49.9
1513 - Óleos de coco (óleo de copra), de palmiste ou de babaçu e respectivas fracções	2.1	2.4	21.4

Top 10 das exportações portuguesas para a Indonésia, 2011

Produtos (N.C. 4)	2011 (EUR Milhões)	Share (%)	TCMA ₀₈₋₁₁ (%)
2901 - Hidrocarbonetos acíclicos	3.8	34.3	n.d.
8523 - Suportes preparados para gravação de som ou para gravações semelhantes, não gravados	0.6	5.5	n.d.
3924 - Serviços de mesa e outros artigos de uso doméstico, de higiene ou de tocador, de plástico	0.6	5.1	77.2
8418 - Refrigeradores, congeladores (freezers) e outro material, máquinas e aparelhos para a produção de frio	0.4	3.8	n.d.
8803 - Partes de veículos aéreos e de veículos espaciais das posições 8801 e 8802, não especificadas nem compreendidas noutras posições	0.4	3.6	n.d.
8481 - Tomeiras e válvulas e dispositivos semelhantes, para canalizações, caldeiras, reservatórios, cubas e outros recipientes	0.4	3.4	n.d.
7324 - Artefactos de higiene ou de tocador, e suas partes, de ferro fundido, ferro ou aço	0.4	3.4	5.1
2515 - Mâmorens, travertinos, granitos belgas e outras pedras calcárias de cantaria ou de construção, de densidade aparente = > 2,5	0.3	2.9	10.0
8802 - Pedras naturais de cantaria ou de construção (excepto de ardósia) trabalhadas e obras destas pedras	0.3	2.7	9.9
4707 - Papel ou cartão para reciclar (desperdícios e aparas) (excepto lâ de papel)	0.3	2.7	-3.0

Fonte: INE.

Oportunidades de exportação para a Indonésia

- ✓ Têxteis;
- ✓ Produtos Químicos e de fibras sintéticas ou artificiais, excepto produtos farmacêuticos;
- ✓ Fabricação de Equipamentos Informáticos e produtos electrónicos e ópticos;
- ✓ Indústrias alimentares e bebidas;
- ✓ Maquinaria para o sector agro-florestal;
- ✓ Indústria da Madeira e Cortiça;
- ✓ Mobiliário técnico (Ex: Medicina, cirurgia, odontologia, e veterinária);

Estratégia de Entrada no Mercado Indonésio

- ✓ A escolha de um **PARCEIRO LOCAL** com **BONS CONTACTOS** e **PROACTIVO** é essencial para se entrar com sucesso no mercado;
- ✓ Os Indonésios dão muito valor ao **RELACIONAMENTO** e à **CONFIANÇA PESSOAL**;
- ✓ Os **CONTRATOS ESCRITOS** têm uma grande importância (sem prejuízo das dificuldades de recurso aos Tribunais);

Estratégia de Entrada no Mercado Indonésio

- ✓ É necessário que as empresas estrangeiras VISITEM o mercado para CONHECEREM os seus agentes e/ou distribuidores;
- ✓ Escolha do agente e/ou distribuidor deve ser feita com cuidado, uma vez que é difícil terminar este tipo de relacionamentos;
- ✓ Os factores mais valorizados pelas Empresas Indonésias no estabelecimento de um relacionamento comercial são o PREÇO, FINANCIAMENTO, CAPACIDADE TÉCNICA e SERVIÇOS PÓS-VENDA.
- ✓ PERSEVERANÇA e PRESENÇA no mercado são a chave do sucesso.

Contactos:

**CCIIP – Câmara do Comércio e Indústria
Indonésia Portugal**

Sede: Rua da Boavista, 481, 1ºE, 4000-476 Porto

Tel: +351 223 392 500

Email: geral.cciip@gmail.com

MUITO OBRIGADO



Com o Apoio de:

PEDRO RAPOSO & ASSOCIADOS

SOCIEDADE DE ADVOGADOS, RL