

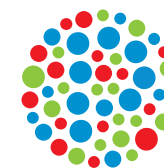
academia aicep

capacitação empresarial

# GO TO MARKET TAILÂNDIA

Afonso Duarte

02.06.2023



aicep Portugal Global  
Agência. Investimento. Comércio Externo



academia aicep  
capacitação empresarial



## **PERFIL DO PAÍS**

**RELAÇÕES BILATERIAIS PORTUGAL-TAILÂNDIA**

**SETORES | PRODUTOS DE OPORTUNIDADE**

**ABORDAGEM AO MERCADO**



academia aicep  
capacitação empresarial

# PERFIL DO PAÍS

- **Governo:** Reino da Tailândia
- **População:** Aproximadamente 71 milhões de habitantes
- **População ativa:** 40 milhões
- **Grupo étnico principal:** tailandês, chinês, malaio, *khmer* e cerca de 70 grupos étnicos
- **Idioma:** tailandês, língua oficial e algumas línguas locais, por regiões e grupos étnicos
- **Religião:** Budismo Theravada (44%), Islamismo Sunita (4%) e Cristianismo (1%) e outras
- **Produto Interno Bruto (PIB):** 464 mil milhões de euros.
- **PIB per capita:** 6,5 mil euros
- **PIB por sectores:** Agricultura, Silvicultura e Pescas: 8,5% / Indústria (incluindo Construção): 34,8% / Serviços: 56,7%
- **Categoria de rendimento:** Médio-alto
- **Moeda:** Baht tailandês (THB) **Câmbio:** 1 EUR = 36,67 THB
- **Diferença Horária:** +7 horas no horário de inverno e +6 horas no horário de verão, em relação a Portugal Continental





academia aicep  
capacitação empresarial

## AMBIENTE DE NEGÓCIOS

**39°** /82

RANKING GLOBAL

**33°** /63

COMPETITIVIDADE

**70°** /177

FACILIDADE

**110°** /180

TRANSPARÊNCIA

**BBB** (AAA=risco menor; D=risco maior)

RISCO GERAL

**BB** (AAA=risco menor; D=risco maior)

RISCO ECONÓMICO

The Economist Intelligence Unit (EIU), 2022; IMD World Competitiveness Ranking, 2022; Economic Freedom Index, 2022; IT - Corruption Perceptions Index, 2021

## DADOS MACROECONÓMICOS

**505,8 \$**

PIB A PREÇOS DE MERCADO  
(MIL MILHÕES DE USD)

**7 060 \$**

PIB PER CAPITA  
(USD)

**1,6%**

CRESCIMENTO REAL DO PIB  
(%)

**1,2%**

TAXA DE INFLAÇÃO  
(%)

**0,3%**

CONSUMO PRIVADO  
(VAR. %)

**3,2%**

CONSUMO PÚBLICO  
(VAR. %)

**3,4%**

FORMAÇÃO BRUTA DE CAPITAL FIXO  
(VAR. %)

**1,9%**

TAXA DE DESEMPREGO  
(%)

The Economist Intelligence Unit (EIU), 2022. Dados de 2021

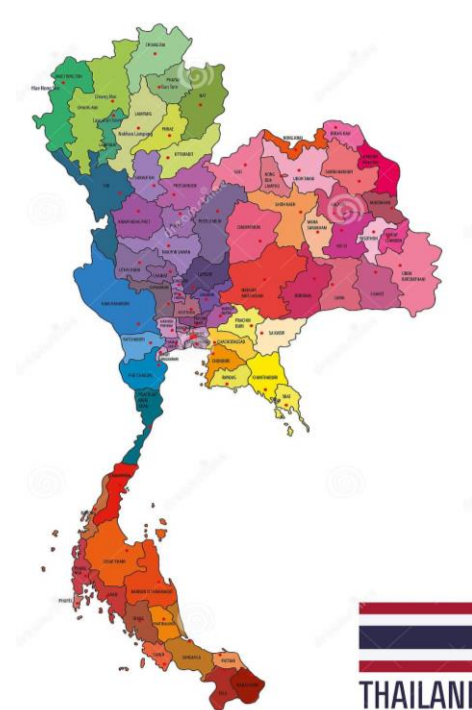




academia aicep  
capacitação empresarial

## PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA TAILÂNDIA

- Pretende ser o centro de comércio e transporte aéreo no Sudeste Asiático (localizado “no meio” da região)
- A localização entre o Mar de Andamão e o Golfo da Tailândia é propícia para o comércio marítimo
- As regiões Norte e Nordeste fornecem recursos naturais e mão de obra. A região Sul é abundante em recursos naturais e turísticos. Bangucoque é um centro de atividades políticas e económicas
- Ao longo das últimas quatro décadas, a Tailândia fez progressos notáveis no desenvolvimento social e económico, passando de um país de baixos rendimentos para um país de rendimento superior em menos de uma geração
- Uma classe média tailandesa emergente cresceu para 49 milhões de habitantes (70% da população total)
- A economia do país deverá crescer cerca de 3,7% do PIB em 2023. Taxa de inflação situa-se entre 1% e 1,25%





academia aicep  
capacitação empresarial

## TAILÂNDIA NO MUNDO

- A **ASEAN**, a **APEC** e a **OMC** estão entre as mais de 70 organizações/comunidades internacionais e económicas de que a **Tailândia é membro**
- O país assinou Acordos de Livre Comércio ("ACL") com maior parte dos países vizinhos e **está agora a negociar um ACL com a UE**
- Mantém **relações diplomáticas com mais de 190 países** e conta com mais de 90 Embaixadas, Consulados-Gerais e Missões Diplomáticas no exterior
- **Exportações**  
Principais mercados: Estados Unidos 13%, China 12%, Japão 10%, Vietname 5%  
Principais bens exportados: Máquinas/peças de escritório, carros e peças auto, circuitos integrados
- **Importações**  
Principais mercados: China 22%, Japão 14%, Estados Unidos 7%, Malásia 6%  
Principais bens importados: Petróleo bruto, circuitos integrados, gás natural, peças de veículos



Asia-Pacific  
Economic Cooperation



WORLD TRADE  
ORGANIZATION





academia aicep  
capacitação empresarial

## PRINCIPAIS SETORES DE ACTIVIDADE DA TAILÂNDIA

- **Agrícola:** A agricultura representa apenas **8,5% do PIB**. É o maior exportador mundial de borracha, camarão congelado, atum enlatado e ananás enlatado. O país é o maior produtor de borracha natural do mundo e um dos principais produtores e exportadores de arroz. Possui também **açúcar, milho, juta, algodão e tabaco**, entre as suas principais culturas. É ainda um grande exportador de camarão de viveiro
- **Indústria transformadora:** Em 2022, empregava **8,9 milhões de pessoas, o equivalente a 22,5% da população ativa** correspondendo a **34,8% do PIB**. As principais indústrias tailandesas são **eletrônica, siderúrgica e automóvel**. É um **centro de montagem para marcas internacionais de automóveis**. Os **componentes e aparelhos elétricos, os computadores, a produção de cimento, o mobiliário e os produtos de plástico** são também setores importantes. O setor **têxtil** emprega menos de um quarto da população ativa e já não é tão dinâmico como outrora
- **Serviços:** O setor terciário, incluindo os serviços financeiros, está a aumentar e corresponde a **56,7% do PIB**. **EM 2022, empregava 17,8 milhões de pessoas, o equivalente a 45% da população ativa**. O **Turismo** desempenha um papel cada vez mais importante na economia tailandesa





academia aicep

capacitação empresarial

**PERFIL DO PAÍS**

**RELAÇÕES PORTUGAL / TAILÂNDIA**

**SETORES / PRODUTOS DE OPORTUNIDADE**

**ABORDAGEM AO MERCADO**



academia aicep  
capacitação empresarial

## HISTÓRIA - CULTURA

- Portugal foi a **primeira nação europeia a contatar com o Reino de Ayutthaya**, o precursor da Tailândia moderna, **em 1511**
- Existem várias evidências dos assentamentos portugueses na província de **Ayutthaya e Bangucoque** em termos de **cultura**, incluindo **comida e doces**
- **Márcia Guyomar de Pinha, 1664 – 1728**, é conhecida na Tailândia por ter introduzido novas receitas de sobremesas na cozinha siamesa na corte de Ayutthaya. Alguns dos seus pratos foram influenciados pela cozinha portuguesa (**doces à base de gema de ovo: fios de ovos, sangkhaya (Pudim) e os pastéis de nata**)
- A **Igreja da Imaculada Conceição**, em Bangucoque, foi construída em 1675, no final do Período Ayutthaya, como uma igreja de tamanho compacto que agora serve hoje como museu
- **Igreja de Santa Cruz**, em Bangucoque, é uma das muitas igrejas católicas antigas na cidade, tendo sido construída em 1770, durante o reinado do rei Taksin (1868 – 1782); a igreja está do **Bairro de Kudееjeen**. É residência dos descendentes de portugueses radicados na Tailândia





academia aicep  
capacitação empresarial

## HISTÓRIA - CULTURA

- A **Igreja do Santo Rosário**, em Bangucoque, foi um ponto de apoio que garantiu que após a queda de Ayutthaya a comunidade portuguesa tivesse a Igreja do Santo Rosário para se reunir e celebrar o seu culto religioso
- A **Embaixada de Portugal** em Bangucoque é uma das provas da longa relação entre a Tailândia e Portugal. Em 9 de novembro de 1820, o Rei Rama II concedeu terras aos portugueses para uma feitoria. Foi o primeiro consulado europeu na Tailândia
- Aplicação de **Painéis de azulejos da Viúva Lamego**, na parede exterior da Embaixada, em 25 de novembro de 2019
- **Mural de parede Vhils**: em 2017, o grafiteiro/artista de rua português Vhils criou o mural deslumbrante no seu estilo de assinatura ao cinzelar a parede da Embaixada de Portugal na Tailândia





## COMÉRCIO BILATERAL

# Portugal: Estatísticas de Relacionamento Económico com a Tailândia

### Balança Comercial de Bens de Portugal com a Tailândia

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Exportações</b>	29,191	27,820	28,393	31,106	46,040
<b>Importações</b>	147,481	169,915	150,760	171,275	237,762
<b>Saldo</b>	-118,290	-142,095	-122,367	-183,607	-191,721
<b>Coef. Cob. %</b>	19,8	16,4	18,8	14,5	19,4

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

Unidade: Milhares de euros

Notas:

(a) Média aritmética das taxas de crescimento anuais no período 2018-2022

(b) Taxa de variação homóloga 2022-2023

2018 a 2021: resultados definitivos; 2022 e 2023: resultados preliminares



## COMÉRCIO BILATERAL

### Posição e Quota da Tailândia no Comércio Internacional Português de Bens

		2018	2019	2020	2021	2022	2023 jan/fev
Tailândia como cliente de Portugal	Posição	70	75	73	72	68	70
	% Export.	0,05	0,05	0,05	0,05	0,06	0,05
Tailândia como fornecedor de Portugal	Posição	47	41	38	35	42	38
	% Import.	0,20	0,21	0,22	0,26	0,22	0,30

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

### Operadores Económicos Portugueses (a)

		2017	2018	2019	2020	2021
Exportadores para a Tailândia	Nº Empresas	322	339	360	370	362

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; 2017 a 2021: resultados definitivos

Nota:

(a) Inclui apenas pessoas coletivas (sociedades), com exportação igual ou superior a 1€. Exclui empresas em nome individual, valores estimados para empresas abaixo do limiar de assimilação no comércio intracomunitário e empresas desconhecidas e estrangeiras no comércio extracomunitário.



## COMÉRCIO BILATERAL

### Principais Produtos Exportados para a Tailândia

	2021	2022	% Tot 22	Var % 22/21
8708 Partes e acessórios para tratores, para veículos para transporte de = > 10 pessoas, incluindo o...	4,691	8,841	19,2	88,5
4811 Papel, cartão, pasta (ouate) de celulose e mantas de fibras de celulose, revestidos,...	3,436	5,486	11,9	59,7
2301 Farinhas, pós e "pellets", de carnes, miudezas, peixes ou crustáceos, moluscos ou de outros...	1,277	2,690	5,8	110,7
2609 Minérios de estanho e seus concentrados	1,148	1,977	4,3	72,2
8436 Máquinas e aparelhos, não especificadas nem compreendidas noutras posições, para a agricultu	840	1,670	3,6	98,9
3923 Artigos de transporte ou de embalagem, de plástico; rolhas, tampas, cápsulas e outros...	370	1,616	3,5	337,1
4011 Pneumáticos novos, de borracha	128	1,370	3,0	967,9
2002 Tomates preparados ou conservados (exceto em vinagre ou em ácido acético)	953	985	2,1	3,3
4504 Cortiça aglomerada, com ou sem aglutinantes, e suas obras (exceto calçado e suas partes,...	411	734	1,6	78,6
8536 Aparelhos para interrupção, seccionamento, proteção, derivação, ligação ou conexão de circuitos	70	731	1,6	946,9
Amostra	13,323	26,098	56,7	--

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

Unidade: Milhares de euros



## COMÉRCIO BILATERAL

### Principais Produtos Importados Provenientes da Tailândia

	2021	2022	% Tot 22	Var % 22/21
8414 Bombas de ar ou de vácuo (exceto elevadores de mistura gasosa "bombas por emulsão" e eleva	13,041	22,275	9,4	70,8
8534 Circuitos impressos	15,825	20,690	8,7	30,7
4011 Pneumáticos novos, de borracha	15,357	20,025	8,4	30,4
8415 Máquinas e aparelhos de ar condicionado, contendo um ventilador motorizado e dispositivos...	17,214	17,785	7,5	3,3
8542 Circuitos integrados eletrônicos, e suas partes	5,581	16,501	6,9	195,7
3901 Polímeros de etileno, em formas primárias	17,127	14,172	6,0	-17,3
8704 Veículos automóveis para transporte de mercadorias, incluídos chassis com motor e cabine	28,328	11,950	5,0	-57,8
4001 Borracha natural, balata, guta-percha, guaiúle, chicle e gomas naturais análogas, em formas...	8,482	10,577	4,4	24,7
8703 Automóveis de passageiros e outros veículos automóveis principalmente concebidos para transp	6,747	10,107	4,3	49,8
8481 Torneiras e válvulas (incluídas as redutoras de pressão e as termostáticas) e dispositivos...	9,656	8,226	3,5	-14,8
Amostra	137,357	152,306	64,1	--

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

Unidade: Milhares de euros



academia aicep  
capacitação empresarial

## INVESTIMENTO TAILANDÊS EM PORTUGAL

Os setores portugueses: **pesca, automóvel, energia, plástico** e **turismo** foram os que tiveram mais interesse para os grupos de conglomerados tailandeses.

- **Thai Union** investe na indústria de conservas de marisco da **EUROPEAN SEAFOOD INVESTMENT PORTUGAL (ESIP) SA**, desde outubro de 2010.
- **AAPICO** inaugurou as suas fábricas automóveis em Águeda e Maia.
- **Indorama Ventures** adquiriu os ativos da Purificada Ácido Tereftálico (PTA) da Artlant PTA, SA, bem como os ativos da Utilities da Veolia, em 2017.
- **Siam Cement Chemicals (SCGC)** investiu na indústria plástica na **Sirplaste**, em 2022.
- **Minor Group** adquiriu a **TIVOLI Hotels**.
- **Six Senses Hotels** adquiriu unidade hoteleira de luxo no Douro.



SIX SENSES  
HOTELS RESORTS SPAS



academia aicep

capacitação empresarial

**PERFIL DO PAÍS**

**RELAÇÕES PORTUGAL / TAILÂNDIA**

**SETORES / PRODUTOS DE OPORTUNIDADE**

**ABORDAGEM AO MERCADO**



academia aicep  
capacitação empresarial

## SETORES / PRODUTOS DE OPORTUNIDADE

- **Turismo e Hotelaria** – uma das maiores fontes de rendimento na Tailândia
- **Energias Renováveis** – Setor em grande desenvolvimento. Tem um historial bem sucedido de incentivos e apoios ao investimento no setor privado
- **Alimentos e bebidas** – Os negócios de alimentos e bebidas foram dos poucos negócios que continuaram a prosperar durante a pandemia do COVID-19
- **TIC** – Serviços bastante desenvolvidos mas com necessidade de *inputs* inovadores





academia aicep  
capacitação empresarial

## SETORES / PRODUTOS DE OPORTUNIDADE

- **Saúde / Farmacêutico / Equip. Médico**– A Tailândia ocupa a 17ª posição global em Medicina Tradicional e Complementar e a 18ª em Alimentação Saudável, Nutrição e Perda de Peso. O crescimento deste setor beneficiará os setores de medicamentos, suplementos alimentares, alimentação saudável e outros setores de serviços
- **Veículos Automóvel e Elétricos** – O setor automóvel há muito que é identificado como um pilar crucial da economia tailandesa e, como tal, vem recebendo forte apoio do governo
- **Vestuário e Acessórios** – Com maior rendimento e tendência de moda do K-Pop e Hollywood, os consumidores tailandeses tendem a comprar mais itens de moda tanto de rua quanto de marcas de luxo





academia aicep

capacitação empresarial



**PERFIL DO PAÍS**

**RELAÇÕES PORTUGAL / TAILÂNDIA**

**SETORES / PRODUTOS DE OPORTUNIDADE**

**ABORDAGEM AO MERCADO**



academia aicep  
capacitação empresarial



## FORÇAS



- O país fica **próximo de mercados asiáticos dinâmicos**
- As **contas externas estão controladas** e as reservas cambiais são elevadas
- As **exportações são muito relevantes** na economia e verifica-se alguma diversificação a este nível
- A Tailândia é um dos **principais destinos turísticos**

## FRAQUEZAS



- Elevado nível de **endividamento das famílias**
- **Envelhecimento crescente da população**
- **Escassez de mão-de-obra qualificada**
- **Disparidades regionais**



## OPORTUNIDADES



- O país **pertence à ASEAN**, perspetivando-se que as respetivas economias possam crescer nos próximos 5 anos
- Prevê-se que o produto interno bruto da Tailândia possa registar um **crescimento médio anual de 3,7%** nos próximos 2 anos, segundo EIU
- Os importadores locais frequentemente **procuram novos produtos**
- Programados **grandes investimentos em infraestruturas**

## DIFICULDADES



- Concorrência de mercados com **produtos a preços mais baixos**
- O **índice de transparência** fica **aquém** de outros indicadores
- Existem **diferenças culturais consideráveis** face ao Ocidente

# CULTURA DE NEGÓCIOS

## Processo de Negociação

- **Construir boas relações** é importante uma vez que tailandeses colocam uma grande relevância na empatia com os seus parceiros de negócios
- Uma oportunidade de negociação na Tailândia é principalmente uma **situação win-win** - cada lado procura um acordo que possa satisfazer a todas as partes. Tal permite estabelecer um relacionamento duradouro entre os negociadores, que normalmente se transforma em amizade
- **Os convites para atividades sociais devem ser aceites**, pois estas são utilizadas para conhecer as partes antes de fazer negócios
- **Conversas informais antes e depois de uma reunião são comuns** e não devem ser negligenciadas. Os tailandeses podem fazer perguntas pessoais sobre a idade, estado civil e formação educacional, porque os ajuda a compreender o seu lugar na hierarquia social e a criar empatia





## CULTURA DE NEGÓCIOS

- Os tailandeses muitas vezes **têm de consultar várias pessoas antes de tomar uma decisão**, levando a que o processo seja demorado
- Uma empresa tailandesa **reflete uma sociedade, na qual a hierarquia e o respeito pelos idosos são muito importantes**. Compreender o *status* social das pessoas e a estrutura vertical de uma empresa é essencial para fazer negócios
- **Cumprimento** - A forma tradicional de saudação comum é o *wai*, quando as mãos são levantadas e as palmas das mãos juntas, dedos apontando para cima e com a cabeça baixa
- **Relacionamento Interpessoal** - Os tailandeses costumam dirigir-se uns aos outros pelo primeiro nome e títulos, utilizando os apelidos em situações muito formais e comunicações por escrito. Os nomes próprios são precedidos por “Khun”, a não ser que tenham um título acadêmico, como por exemplo médico
- **Oferta de Presentes** - No âmbito das relações comerciais é comum a oferta de um pequeno presente





academia aicep  
capacitação empresarial

## RECOMENDAÇÕES

### Reuniões

- A marcação das reuniões deverá ser **efetuada com bastante antecedência** e deverá ligar/confirmar a reunião, na véspera do dia combinado
- As reuniões não devem ser **planeadas para o início e o final do dia**, devido a um maior congestionamento do trânsito
- É aconselhável **não marcar reuniões em abril e no início de maio** que são os principais períodos de férias no país
- No relacionamento na Tailândia é necessário **ter a preocupação em não dizer nada que possa fazer o outro “perder a face”**





## RECOMENDAÇÕES

- **Tomada de Decisão** - Embora o processo de tomada de decisão possa ser longo, a impaciência deve ser evitada, pois será visto como um sinal de fraqueza, e não deverá ser efetuada pressão para acelerar o mesmo
- **Pontualidade** - Apesar das reuniões poderem não começar à hora marcada, deverá procurar ser pontual
- **Vestuário** - Deverá usar vestuário formal e conservador, com um estilo sóbrio. Para os homens fatos escuros com camisa e gravata e para as mulheres fatos ou saias que cubram os joelhos e blusa ou camisa serão adequados
- **Cartões de visita** - Os tailandeses dão uma grande importância aos cartões de visita. Os cartões devem ser de elevada qualidade e ter o idioma tailandês numa face e o inglês na outra.
- **Língua** – A utilização do inglês é mais comum em contactos com grandes empresas, especialmente em Banguecoque. No entanto, certifique-se que usa uma linguagem simples e não idiomática. Se a linguagem for um problema, então deverá recorrer a um intérprete





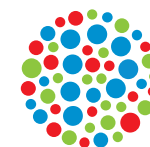
academia aicep

capacitação empresarial

PORTUGAL GLOBAL

Obrigado

Afonso Duarte



aicep Portugal Global  
Agência. Investimento. Comércio Externo