

## AS MARGENS DAS EXPORTAÇÕES: EMPRESAS, PRODUTOS E DESTINOS\*

João Amador\*\*

Luca David Opromolla\*\*

### 1. INTRODUÇÃO

A literatura recente do comércio internacional tem enfatizado a importância das decisões das empresas. Deste modo, mesmo variáveis agregadas como as exportações totais de um país num período podem ser vistas como a consequência das decisões das empresas ao longo de diferentes margens. Este artigo foca nas decisões das empresas portuguesas em termos de entrada e saída nos mercados internacionais (margem de participação) e em termos do modo de participação, *i.e.* na decisão sobre qual o país para onde exportar (margem de destino) e que produto vender (margem de produto). A expansão para mercados externos é uma decisão importante para qualquer empresa, podendo ser definida como uma opção arriscada mas com elevado retorno potencial. Os riscos decorrem da alocação de recursos para a venda em mercados onde existe incerteza quanto à estrutura de mercado, à forma da curva da procura e ao enquadramento institucional. O retorno da expansão para mercados externos deriva de maiores vendas e lucros, beneficiando-se também da diversificação dos riscos específicos de mercado e de economias de escala. Globalmente, a decisão de entrar num mercado externo parece tão importante quanto a decisão de criar uma nova empresa.

A expansão para mercados externos requer decisões sobre quais os países a abordar e que produtos exportar. A carteira de produtos exportados por uma empresa é o resultado de uma complexa combinação de factores. A decisão de que produtos oferecer em cada mercado depende dos custos de produção, dos custos específicos do mercado de destino, da estrutura de mercado e das preferências e rendimento dos consumidores. Antes de tomar decisões quanto à expansão para um mercado, as empresas podem aprender através de outras empresas domésticas que operem nesses mercados ou através da sua própria experiência em outros mercados.

As decisões relacionadas com a recomposição das carteiras de produtos de exportadores maduros são também interessantes de examinar. Em estádios maduros do processo de internacionalização as empresas continuam a enfrentar choques idiossincráticos ou choques país-mercado que despoletam a recomposição da carteira de exportações. As alterações nas carteiras de produtos permitem às empresas sobreviver às alterações nas condições de mercado subjacentes e, ao nível macro, contribuem para a reafecção da actividade económica no sentido das utilizações mais eficientes.

\* Os autores agradecem a Maria Lucena Vieira pelo excelente apoio no tratamento dos dados. As opiniões expressas no artigo são da responsabilidade dos autores, não coincidindo necessariamente com as do Banco de Portugal ou do Eurosistema. Eventuais erros e omissões são da exclusiva responsabilidade dos autores.

\*\* Banco de Portugal, Departamento de Estudos Económicos.

A principal contribuição deste artigo é a descrição das estratégias conjuntas destino/produto dos exportadores, utilizando uma nova base de dados com uma desagregação ao nível da transacção para Portugal no período 1996-2005. A base de dados cobre o universo das exportações e importações realizadas por empresas localizadas em Portugal e fornece informação extremamente detalhada quanto a produtos, valores, quantidades e outras características das transacções.

Dois elementos importantes da análise podem ser sublinhados<sup>1</sup>. Em primeiro lugar identifica-se um elevado grau de heterogeneidade nas empresas em termos de comércio internacional. Os exportadores multi-produto e multi-destino (que não coincidem necessariamente) são a maioria e representam uma parcela mais do que proporcional das exportações totais. A carteira de produtos exportados é muito diversificada em várias dimensões: frequentemente alarga-se a vários sectores (a 2 dígitos da nomenclatura *Harmonized System*) e o principal produto (e destino) em termos de exportações é importante mas não dominante, mesmo para os exportadores com dois ou três produtos. Adicionalmente, encontra-se evidência de frequentes alterações nas carteiras de produtos (e nos destinos) por parte das empresas exportadoras. Em segundo lugar, o artigo estuda como esta heterogeneidade está correlacionada com a taxa de crescimento das exportações agregadas, utilizando uma decomposição que envolve três margens: empresas, destinos e produtos. A decomposição das taxas de crescimento das vendas das empresas nas diferentes margens é um método conhecido na literatura de organização industrial. No nosso contexto, as diferentes margens extensivas nas exportações totais reflectem as vendas no exterior atribuídas a novos exportadores, novos destinos e novos produtos, enquanto as diferentes margens intensivas reflectem as exportações atribuídas a empresas existentes, mercados existentes ou produtos existentes. Mostra-se que enquanto a margem intensiva (vendas de produtos que permanecem por parte de empresas que permanecem em mercados que permanecem) tende a representar a maior parte da variação anual das exportações, o contributo bruto das margens extensivas nos produtos e nos mercados (para empresas que permanecem) é tão importante como o contributo bruto das empresas que entram e saem das exportações, sendo ambas são tão importantes como a margem intensiva.

Este artigo está relacionado com uma literatura recente (e ainda limitada) sobre empresas multi-produto e alteração na carteira de produtos produzidos (ver Bernard *et al.* (2006)). Este artigo diferencia-se de Bernard *et al.* (2006) em dois aspectos: em primeiro lugar, explora conjuntamente as dimensões destino e produto em vez desta última apenas e, em segundo lugar, foca a composição dos produtos exportados em vez da composição dos produtos produzidos. Outros artigos explorando a dimensão produto das empresas exportadoras são Arkolakis e Muendler (2007), Bernard, Jensen, Redding e Schott (2007), Iacovone e Javorcik (2008) e Schott (2004). Arkolakis e Muendler (2007) mostra que a distribuição do número de produtos vendidos pelos exportadores (a amplitude da carteira de exportações) é aproximadamente consistente com a distribuição de Pareto, ou seja fortemente enviesada à direita, com a maior parte das empresas vendendo apenas um ou dois produtos. Adicionalmente, mostra que a amplitude da carteira de exportações está positivamente associada com as vendas médias por produto num dado destino mas não no conjunto dos vários

(1) Uma versão alargada da análise realizada neste artigo pode ser encontrada em Amador e Opromolla (2008) e Amador *et al.* (2009).

destinos. Schott (2004) estende a análise para a dimensão preço, mostrando que as empresas tendem a especializar-se em alguns produtos. Note-se que todos estes artigos ligam de alguma forma a entrada nos mercados externos com resultados clássicos da teoria da organização industrial sobre sobrevivência de empresas (ver, por exemplo, Klette e Kortum (2004) para alguns factos estilizados). Finalmente, este artigo segue uma recente linha de investigação baseada na análise de informação microeconómica sobre comércio internacional. Outros estudos baseados em dados de transacções podem ser referidos, designadamente Eaton, Eslava, Kugler e Tybout (2007) para a Colômbia; Eaton, Kortum e Kramarz (2007) para a França; Muûls e Pisu (2007) para a Bélgica e Bernard, Jensen e Schott (2007) e Mayer e Ottaviano (2007) para uma amostra de empresas europeias.

O artigo está organizado da seguinte forma. A próxima secção descreve a base de dados utilizada. A secção 3 fornece evidência sobre o comportamento das empresas multi-produto e multi-destino, no que diz respeito à sua carteira de produtos e destinos e à magnitude das alterações nas mesmas. A secção 4 decompõe o crescimento das exportações portuguesas nas dimensões empresa, destino e produto. A secção 5 conclui.

## 2. DADOS

A análise das combinações de produtos e destinos é possibilitada pela utilização de uma base de dados que combina informação detalhada e abrangente sobre o comportamento das empresas no comércio internacional. A base de dados inclui todas as transacções de exportação das empresas localizadas em Portugal, numa base mensal de 1995 a 2005. Um registo de transacção inclui o número de identificação fiscal da empresa, um código de produto a oito dígitos da Nomenclatura Combinada, o valor da transacção, a quantidade exportada (expressa em kg), o país de destino, o tipo de transporte, o código comercial internacional relevante (*CIF*, *FOB*, etc.) e uma variável indicando o tipo de transacção (transferência de propriedade após pagamento, devolução de um produto, etc.)<sup>2</sup>. A informação utilizada resulta dos formulários alfandegários no caso do comércio extra-comunitário e do formulário Intrastat no caso do comércio intra-comunitário e agrega para o total das exportações Portuguesas, tal como reportadas pelo Instituto Nacional de Estatística. Na análise consideram-se apenas transacções de valor superior a 100 euros. No entanto, os dados cobrem, em média, mais de 99 por cento do total das exportações e cerca de 75 por cento dos exportadores. Os dados utilizados são agregados numa base anual e todos os valores são expressos em euros correntes. A análise foca no período 1996-2005. A consideração deste longo período temporal requer ajustamentos em alguns códigos de produtos a seis dígitos de forma a assegurar a compatibilidade das duas versões da classificação de produtos. Embora fosse possível trabalhar a seis dígitos da Nomenclatura Combinada, definimos produtos ao nível dos quatro dígitos do sistema harmonizado. Esta opção permite evitar outros possíveis problemas de classificação relacionados com a Nomenclatura Combinada e ainda possibilita uma análise com um conjunto de 1241 produtos potenciais<sup>3</sup>. O Apêndice 1 mostra

(2) O sistema da Nomenclatura Combinada compreende a nomenclatura do *Harmonized System (HS)* com subdivisões adicionais da Comunidade Europeia. A nomenclatura *HS* é gerida pela *World Customs Organization (WTO)*. Esta classificação de bens é utilizada pela maioria dos países exportadores e importadores e nas negociações comerciais internacionais. Os primeiros seis dígitos da Nomenclatura Combinada coincidem aproximadamente com a nomenclatura *HS*. Enquanto a Nomenclatura Combinada sofre alterações quase todos os anos, a *HS* foi iniciada em 1988 e foi actualizada nos dias 1 de Janeiro de 1996, 2002 e 2007. Os ajustamentos foram feitos ao nível dos seis dígitos e implicaram a agregação de algumas categorias.

(3) Foram executados testes de robustez e todos os resultados se mantêm ao nível dos seis dígitos da *HS*.

um exemplo de um produto classificado a quatro dígitos da nomenclatura *Harmonized System (HS)*.

Tal como se mostra no Quadro 1, a amostra inclui 13632 exportadores em 1996, exportando 1117 produtos para 200 países. O exportador médio em 1996 vende 4.7 produtos para 3.6 destinos por um valor de cerca de 1.4 milhões de euros<sup>4</sup>. O Quadro 1 mostra que, ao nível agregado, o número de exportadores aumentou consideravelmente (mais de 50 por cento) entre 1996 e 2005. Pelo seu lado o número de produtos exportados e o número de destinos cobertos esteve bastante estável. Ao nível da empresa, o número médio de produtos exportados não mudou enquanto o número médio de destinos cobertos diminuiu de 3.6 para 2.8. A falta de dinâmica para o número total de produtos exportados ou destinos cobertos e para o número médio de produtos exportados por uma empresa, tal como sugerida pelo Quadro 1, é enganadora. Existe um elevado nível de reafecção de recursos entre empresas e dentro das empresas nas dimensões do produto e do destino. A estabilidade no número médio de produtos exportados por uma empresa no número total de produtos exportados por Portugal esconde não só consideráveis fluxos de entrada e saída de empresas mas também frequentes e generalizadas alterações de produtos e destinos dentro das empresas.

Tal como é revelado pelos elevados desvios padrão que constam do Quadro 1, existe um elevado grau de heterogeneidade em termos do número de destinos servidos, número de produtos exportados e, por consequência, nas receitas resultantes das exportações. Esta reafecção e heterogenei-

**Quadro 1**

ESTATÍSTICAS RESUMO				
	1996	1999	2002	2005
<b>Nível da empresa</b>				
Número de produtos				
média	4.7	4.6	4.9	4.6
mediana	2.0	2.0	2.0	2.0
desvio padrão	11.3	10.8	12.9	12.2
Número de destinos				
média	3.6	3.5	3.3	2.8
mediana	1.0	1.0	1.0	1.0
desvio padrão	5.2	5.3	5.4	4.9
Exportações (Milhões de euros)				
média	1.4	1.5	1.6	1.4
mediana	0.1	0.0	0.0	0.0
desvio padrão	18.0	17.4	19.5	17.8
<b>Nível agregado</b>				
Número de empresas	13 632	15 054	17 199	21 127
Número de produtos	1 117	1 118	1 126	1 143
Número de destinos	200	201	207	202
Exportações (Milhões de euros)	18 876	22 984.2	27 345.1	29 619.9

**Fontes:** Dados de Comércio do INE e cálculos dos autores.

**Nota:** O painel superior mostra estatísticas resumo ao nível da empresa, enquanto o painel inferior mostra estatísticas agregadas ao nível do país. Um produto é definido como um código da nomenclatura *Harmonized System* a 4 dígitos (ver Apêndice 1 para mais pormenores).

(4) O Apêndice 2 fornece mais informação sobre as exportações e os exportadores portugueses ao nível sectorial.

dade de recursos representam a principal motivação deste artigo e são analisadas em detalhe nas próximas secções.

### 3. DISSECANDO AS EXPORTAÇÕES: EMPRESAS, PRODUTOS E DESTINOS

Os dados agregados escondem frequentemente um elevado grau de heterogeneidade e reafecção de recursos. Por exemplo, a literatura do mercado de trabalho, começando com o trabalho seminal de Davis e Haltiwanger no final dos anos 80, comparou os fluxos de empregos e trabalhadores e analisou o grau e os determinantes da excessiva rotação dos trabalhadores (*churning*), definida como a diferença entre o número total de contratações (ou separações) numa empresa e a criação líquida de empregos<sup>5</sup>. Adicionalmente, a literatura da organização industrial tem, desde há longos anos, enfatizado as diferenças entre as pequenas e grandes empresas ou entre empresas jovens e maduras em termos do crescimento das vendas médias e volatilidade das vendas. Os recentes desenvolvimentos da literatura do comércio internacional têm também focado na heterogeneidade e dinâmica das empresas, estudando, em alguns casos, a sua relação com os fluxos agregados de comércio<sup>6</sup>. Nas secções seguintes, estudam-se os fluxos de exportações portuguesas, identificando os contributos de: empresas, destinos e produtos.

#### 3.1. A margem da empresa: entrada e saída nos mercados internacionais

Começaremos pela análise da entrada e saída de empresas nos mercados internacionais. Esta é uma decisão importante para uma empresa, requerendo uma cuidadosa consideração das diferenças entre o mercado doméstico e os mercados externos em termos de características da procura e dos custos (tanto fixos como variáveis) que uma entrada acarreta. O Quadro 2 decompõe o número total de exportadores em cada ano em termos dos que exportam há algum tempo (permanecem), dos que saem dos mercados externos, dos que entram e dos que permanecem apenas um ano. Este artigo segue Eaton, Eslava, Kugler e Tybout (2007) na definição das diferentes categorias. As empresas consideradas como entrando no ano  $t$  são aquelas que não exportaram em  $t-1$ , exportaram em  $t$  e exportarão em  $t+1$ ; as que saem no ano  $t$  são aquelas que exportaram em  $t-1$ , exportam em  $t$  mas não exportarão em  $t+1$ ; as que permanecem no ano  $t$  são as que exportaram em  $t-1$ , exportam em  $t$  e exportarão em  $t+1$  e, finalmente, as que permanecem apenas no ano  $t$  são aquelas que não exportaram em  $t-1$ , exportam em  $t$  mas não exportarão em  $t+1$ . O painel superior do Quadro 2 mostra o número de empresas em cada categoria ao longo do tempo e o painel inferior mostra as respectivas exportações médias. Os resultados mostram que cerca de metade das empresas pertencem à categoria das que permanecem, as que permanecem apenas um ano representam cerca de 20 por cento do total e o número das que entram é ligeiramente maior do que o número das que saem. O peso das empresas que permanecem no total das exportações é esmagador, representando mais de 95 por cento. Em contraste, as empresas que permanecem apenas um ano representam menos de um por cento do total das exportações. Deste modo, as exportações por empresa em cada cate-

(5) Ver Centeno *et al.* (2008) para uma análise dos fluxos de empregos e trabalhadores nas empresas portuguesas.

(6) Ver, entre outros, Bernard *et al.* (2003), Melitz (2003) e Irarrazabal e Oromolla (2008).

## Quadro 2

## EXPORTADORES QUE PERMANECEM, SAEM, ENTRAM OU ESTÃO PRESENTES APENAS NO ANO

Número de empresas				
Ano	Permanência	Saída	Entrada	Apenas no ano
1997	8187	1438	2075	2601
1998	8471	1791	1925	3001
1999	8683	1713	1924	2734
2000	8729	1878	2279	3355
2001	8992	2016	2137	3435
2002	9213	1916	2292	3778
2003	9430	2075	2410	5473
2004	9664	2176	2942	5907

  

Exportações por empresa (milhares de euros)				
Ano	Permanência	Saída	Entrada	Apenas no ano
1997	2445	149	279	23
1998	2535	142	215	21
1999	2540	134	326	26
2000	2809	425	415	19
2001	2863	180	319	23
2002	2841	208	312	15
2003	2864	150	263	10
2004	2893	237	313	21

**Fontes:** Dados de Comércio do INE e cálculos dos autores.

**Nota:** As empresas consideradas como entrando no ano  $t$  são aquelas que não exportaram em  $t-1$ , exportaram em  $t$  e exportarão em  $t+1$ ; as que saem no ano  $t$  são aquelas que exportaram em  $t-1$ , exportam em  $t$  mas não exportarão em  $t+1$ ; as que permanecem no ano  $t$  são as que exportaram em  $t-1$ , exportam em  $t$  e exportarão em  $t+1$  e, finalmente, as que permanecem apenas no ano  $t$  são aquelas que não exportaram em  $t-1$ , exportam em  $t$  mas não exportarão em  $t+1$ .

goria apresentam diferenças muito grandes. Tal como na literatura da organização industrial, as empresas que entram e saem apresentam vendas médias menores que as incumbentes. A numerosa presença de empresas que permanecem apenas um ano é um aspecto comum a outros países (por exemplo, Eaton, Eslava, Kugler e Tybout (2007) sinalizam para o caso da Colômbia a existência de numerosos exportadores que permanecem apenas um período mas que contam pouco em termos de exportações) e tem gerado bastante interesse na literatura. Dois factos parecem caracterizar os novos exportadores: (i) a sua maioria não sobrevive (*i.e.* deixam de exportar) mais de um ano e (ii) aqueles que sobrevivem são bem sucedidos na medida em que as suas vendas crescem a taxas elevadas. Num artigo paralelo (ver Amador e Opromolla (2008)) mostra-se que estes dois factos são confirmados para o caso Português. Como consequência destes (e de outros) factos a literatura começou a investigar o papel desempenhado pelas fricções ligadas aos processos de procura (*search*) e aprendizagem na determinação do sucesso das empresas nos mercados internacionais (*e.g.* Eaton e Tybout (2009)).

### 3.2. Dentro da empresa: exportadores multi-produto e multi-destino

Nesta secção o artigo afasta-se temporariamente da dimensão longitudinal da informação estatística e explora a heterogeneidade nas empresas em termos das dimensões produto e destino. Mostra-se que a maioria das empresas exporta vários produtos e tais empresas são responsáveis por 91 por

cento do total das exportações. De forma semelhante, uma larga parcela de empresas exporta para múltiplos destinos e tais empresas são responsáveis por 94 por cento do total das exportações. O Quadro 3 revela a distribuição conjunta dos exportadores ao longo do número de produtos e destinos, enquanto o Quadro 4 mostra a distribuição conjunta das exportações para as mesmas duas variáveis. As últimas linhas dos Quadros 3 e 4 (as distribuições marginais na dimensão do produto) mostram que quase metade das empresas exportam apenas um produto mas são responsáveis por menos de 10 por cento das exportações totais. As empresas multi-produto representam a maioria dos exportadores. Dentro deste grupo, as empresas que exportam entre 4 e 50 produtos correspondem a cerca de um terço dos exportadores e representam dois terços do total das exportações. Uma pequena percentagem de empresas, cerca de 9 por cento, exporta mais do que 11 produtos mas tal representa cerca de 40 por cento das exportações totais. Em termos de destinos a situação é semelhante. As últimas colunas dos Quadros 3 e 4 (as distribuições marginais na dimensão destino) mostram que mais de metade das empresas exporta para um destino e em pequena escala pois repre-

### Quadro 3

DISTRIBUIÇÃO CONJUNTA DAS EMPRESAS EM TERMOS DE PRODUTOS E PAÍSES, MÉDIA 1996-2005

Destinos	Produtos						Total
	1	2	3	4-10	11-50	51+	
1	36.0	8.3	3.5	6.0	2.4	0.4	56.6
2	3.9	3.6	1.7	3.1	1.2	0.2	13.7
3	1.8	1.3	1.0	2.1	0.7	0.1	7.0
4-10	3.1	3.0	2.1	5.6	1.9	0.2	15.9
11-50	0.5	0.8	0.8	2.9	1.6	0.1	6.7
51+	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1
Total	45.3	17.0	9.1	19.7	7.9	1.0	100.0

Fontes: Dados de Comércio do INE e cálculos dos autores.

Nota: Cada célula no Quadro representa o peso das empresas exportando um determinado número de produtos (em coluna) para um determinado número de destinos (em linha). Um produto é definido como um código da nomenclatura *Harmonized System* a 4 dígitos (ver Apêndice 1 para mais pormenores).

### Quadro 4

DISTRIBUIÇÃO CONJUNTA DAS EXPORTAÇÕES EM TERMOS DE PRODUTOS E PAÍSES, MÉDIA 1996-2005

Destinos	Produtos						Total
	1	2	3	4-10	11-50	51+	
1	2.4	1.0	0.5	1.3	1.1	0.2	6.5
2	1.1	0.7	0.5	1.6	1.0	0.1	5.0
3	0.8	0.7	0.5	1.4	0.6	0.1	4.1
4-10	2.5	3.9	2.3	9.3	5.0	0.3	23.3
11-50	2.0	3.2	3.3	16.3	26.5	4.7	56.0
51+	0.0	0.1	0.2	2.1	1.9	1.0	5.3
Total	8.9	9.7	9.2	31.8	35.2	5.4	100.0

Fontes: Dados de Comércio do INE e cálculos dos autores.

Nota: Cada célula no Quadro representa o peso das exportações totais associado a empresas exportando um determinado número de produtos (em coluna) para um determinado número de destinos (em linha). Um produto é definido como um código da nomenclatura *Harmonized System* a 4 dígitos (ver Apêndice 1 para mais pormenores).

sentam apenas 6 por cento do total das exportações. Pelo contrário, as empresas exportando para um número de países entre 4 e 50 são responsáveis por mais de três quartos do total das exportações. A distribuição conjunta mostra que as empresas multi-produto não são sempre multi-destino e vice-versa. Por exemplo, no conjunto das empresas que exportam entre 4 e 10 produtos, uma entre três atinge apenas um destino, enquanto apenas 20 por cento das empresas que exportam para um número de países entre 4 e 10 vende apenas um produto. Assim, empresas que vendem múltiplos produtos para múltiplos destinos são muito importantes: o subconjunto de empresas vendendo entre 4 e 50 produtos para entre 4 e 50 destinos representa dois terços do total das exportações. Bernard *et al.* (2006) obtém resultados semelhantes quando descreve as empresas dos EUA em termos de produtos (estes autores utilizam uma classificação por produtos mais detalhada, não consideram os mercados de exportação e ignoram a dimensão destino): 59 por cento das empresas dos EUA produzem apenas um produto e representam 9 por cento do total da produção. Os autores referem também que as empresas multi-produto produzem em média quatro produtos.

Este artigo prossegue com a descrição da carteira de produtos e destinos em termos de pesos nas exportações das empresas e com a análise da diversificação entre sectores. O Quadro 5 reporta o peso das vendas dos cinco principais produtos e destinos por tipo de empresa. O painel superior do Quadro 5 mostra que, embora o principal produto exportado por uma empresa seja importante em termos das suas exportações totais, uma percentagem relevante das vendas resulta dos restantes produtos vendidos. Por exemplo, as empresas que vendem três produtos obtêm um quarto das suas exportações de dois dos seus produtos, representando o menos vendido ainda seis por cento do total das vendas. O painel inferior do Quadro 5 mostra que o mesmo é verdade em termos de destinos.

### Quadro 5

#### PESOS DOS 5 PRINCIPAIS PRODUTOS E DESTINOS, POR TIPO DE EMPRESA, MÉDIA 1996-2005

Ordenação do produto	Amplitude da carteira de produtos					
	1	2	3	4-10	11-50	51+
1	100	82.5	76	65.9	49.6	25.1
2		17.5	18.1	18.8	17.4	12.0
3			5.9	8.1	9.3	7.8
4				4.0	5.9	5.8
5				2.4	4.1	4.7

  

Ordenação do destino	Amplitude da carteira de destinos					
	1	2	3	4-10	11-50	51+
1	100	82.4	74.9	62.3	43.2	24.8
2		17.6	19.2	20.7	19.2	13.8
3			5.9	9.4	11.3	9.8
4				4.4	7.3	7.7
5				2.6	5.1	6.3

**Fontes:** Dados de Comércio do INE e cálculos dos autores.

**Nota:** O painel superior mostra o peso nas vendas médias dos cinco principais produtos vendidos por uma empresa, por tipo de empresa. As empresas estão classificadas de acordo com o número de produtos na sua carteira de exportações (amplitude da carteira de produtos). Um produto é definido como um código da nomenclatura *Harmonized System* a 4 dígitos (ver Apêndice 1 para mais pormenores). O painel inferior mostra o peso nas vendas médias dos cinco principais destinos servidos por uma empresa, por tipo de empresa. As empresas estão classificadas de acordo com o número de destinos servidos (amplitude da carteira de destinos).

Bernard *et al.* (2006) encontra valores semelhantes para os pesos dos produtos na produção total, no contexto das empresas dos EUA.

O Quadro 6 mostra que a carteira de produtos das empresas multi-produto é bastante diversificada em termos de sectores a dois dígitos. Para cada tipo de exportador reportamos a percentagem de empresas cuja carteira de produtos é concentrada num sector, dois sectores, três sectores e assim sucessivamente. Cerca de metade dos exportadores com dois produtos vende bens pertencentes a dois sectores diferentes. Quase dois terços dos exportadores com três produtos apresenta uma carteira de produtos com mais do que um sector e 30 por cento vende bens pertencentes a três sectores diferentes. Pode dizer-se que as empresas multi-produto exportam bens que podem ser muito diferentes.

### Quadro 6

DISTRIBUIÇÃO DAS EMPRESAS DE ACORDO COM O NÚMERO DE SECTORES A 2-DÍGITOS ONDE PERTENCEM OS SEUS PRODUTOS, POR TIPO DE EMPRESA, MÉDIA 1996-2005

Sector(es) (2 dígitos)	Amplitude da carteira de produtos (4-dígitos)					
	1	2	3	4-10	11-50	51+
1	100.0	49.1	27.7	9.9	0.1	0.0
2		50.9	42.1	22.0	2.3	0.0
3			30.2	24.4	3.8	0.0
4				20.7	5.9	0.0
5+				23.0	87.9	100.0

**Fontes:** Dados de Comércio do INE e cálculos dos autores.

**Nota:** O quadro mostra a percentagem das empresas que exportam produtos pertencendo a um, dois, três, quarto ou mais de cinco sectores, por tipo de empresa. As empresas estão classificadas de acordo com o número de produtos na sua carteira de exportações (amplitude da carteira de produtos). Um produto é definido como um código da nomenclatura *Harmonized System* a 4 dígitos (ver Apêndice 1 para mais pormenores).

### 3.3. As margens destino e produto

Após ter sido estabelecida a importância das empresas multi-produto e multi-destino e as características das suas carteiras, questiona-se agora a frequência com que ocorrem alterações nas carteiras de produtos exportados e de mercados servidos. Consideram-se as empresas que exportaram todos os anos no período 1996 a 2005 e dois sub-períodos: (1) 1996-2000 e (2) 2001-2005. Em cada sub-período as empresas são classificadas em quatro categorias: (1) Permanece – a empresa não altera a carteira de produtos, (2) Abandona – a empresa apenas abandona produtos, (3) Adiciona – a empresa apenas adiciona produtos e (4) Abandona e Adiciona – a empresa tanto abandona como adiciona produtos. Calcula-se a percentagem média de empresas em cada categoria nos dois sub-períodos e os mesmos cálculos são repetidos em termos de destinos. Os resultados são apresentados no Quadro 7 e indicam que as recomposições na carteira de produtos e destinos são muito frequentes entre todos os tipos de empresas. No conjunto das empresas que produzem apenas um produto, 38 por cento adicionam produtos num período de 5 anos e 45 por cento adicionam ou abandonam produtos. Entre as empresas multi-produto, a percentagem das que alteram produtos varia entre um mínimo de 80 e um máximo de 100. De igual forma, entre as empresas que exportam para apenas um país, 40 por cento adiciona destinos num período de cinco anos e uma entre duas

## Quadro 7

## ALTERAÇÃO DA CARTEIRA DOS EXPORTADORES PORTUGUESES, PERÍODOS DE 5 ANOS, 1996-2005

	Um produto	Multi-produto				
		2	3	4-10	11-50	51+
Nenhum	55.3	19.5	6.2	1.4	0.1	0.0
Abandona produto(s) apenas	n.d.	26.8	29.3	20.6	5.7	0.6
Adiciona produto(s) apenas	38.0	24.8	13.4	6.1	0.4	0.0
Adiciona e abandona produto(s)	6.7	28.9	51.2	72.0	93.8	99.4

  

	Um destino	Multi-destino				
		2	3	4-10	11-50	51+
Nenhum	48.3	13.6	5.7	1.3	0.0	0.0
Abandona destino(s) apenas	n.d.	22.5	22.3	18.7	5.8	4.8
Adiciona destino(s) apenas	41.1	24.9	18.8	7.7	1.7	0.0
Adiciona e abandona destino(s)	10.6	39.0	53.2	72.4	92.5	95.2

**Fontes:** Dados de Comércio do INE e cálculos dos autores.

**Nota:** O painel superior classifica os exportadores de acordo com o seu comportamento em termos de alteração nos produtos exportados e a amplitude da carteira de produtos. Da mesma forma, o painel inferior classifica os exportadores de acordo com o seu comportamento em termos de alteração dos destinos e a amplitude da carteira de destinos.

adiciona ou abandona destinos. Entre as empresas multi-destino, a percentagem de empresas que alteram destinos varia entre um mínimo de 86 e um máximo de 100. Bernard *et al.* (2006), baseando-se nas decisões de produção das empresas dos EUA, refere que a maior parte destas altera os produtos, que a recomposição da carteira de produtos é mais frequente em empresas multi-produto quando comparadas com empresas que produzem apenas um produto e nas grandes face às pequenas empresas. Estes resultados são consistentes com o comportamento das empresas portuguesas nos mercados de exportação. Gorg *et al.* (2007) referem que, num dado ano, muitas empresas adicionam e abandonam produtos à sua carteira de exportação e estudam os determinantes da sobrevivência dos produtos nas referidas carteiras. Os autores concluem que as características dos produtos bem como as características das empresas são relevantes nessa explicação.

#### 4. EMPRESAS, PRODUTOS, DESTINOS E CRESCIMENTO AGREGADO

Nesta secção analisa-se como os resultados obtidos relativamente aos padrões de entrada e saída de empresas, heterogeneidade nos produtos e nos destinos e a rotação da carteira afectam os fluxos agregados de exportações. A estratégia consiste em decompor a taxa de crescimento das exportações portuguesas na contribuição das empresas destinos e produtos. Conclui-se que as evoluções anuais nas taxas de crescimento são essencialmente explicadas pela margem intensiva, designadamente pela contribuição das empresas que permanecem, vendendo produtos que permanecem em destinos que permanecem. No entanto, conclui-se também que as contribuições brutas da margem extensiva nas dimensões do destino e do produto (para as empresas que permanecem) são tão importantes como o contributo bruto das empresas que entram e saem e todas são tão importantes quanto a margem intensiva.

#### 4.1. Decomposing Export Growth: Firms, Destinations and Products

Nesta subsecção decompõem-se o crescimento total das exportações portuguesas nos contributos de três decisões distintas: a decisão de entrar/permanecer/sair nos mercados de exportação, a decisão de para onde exportar e a decisão de que produtos exportar. Em primeiro lugar decompõe-se o crescimento total as exportações nos contributos de exportadores “entram”, “saem e “permanecem”, ou seja as margens extensiva e intensiva ao nível agregado na dimensão da empresa.

$$\Delta Y_t = \sum_{j \in N} \Delta Y_{jt} + \sum_{j \in X} \Delta Y_{jt} + \sum_{j \in C} \Delta Y_{jt}, \quad (1)$$

onde  $\Delta Y_t$  é a variação das exportações portuguesas entre o ano  $t-1$  e o ano  $t$ ,  $N$  é o conjunto dos exportadores que entram,  $X$  o conjunto dos que saem e  $C$  o conjunto dos que permanecem. O próximo passo é decompor a variação nas exportações vendidas pelos exportadores que permanecem em “destinos adicionados” ( $AD$ ), “destinos abandonados” ( $DD$ ) e “destinos que permanecem” ( $CD$ ), ou seja as margens extensiva e intensiva ao nível da empresa na dimensão do destino.

$$\sum_{j \in C} \Delta Y_{jt} = \sum_{z \in AD} \Delta Y_{zjt} + \sum_{z \in DD} \Delta Y_{zjt} + \sum_{z \in CD} \Delta Y_{zjt}, \quad (2)$$

Finalmente, considera-se o produto que a empresa escolhe exportar em destinos que “permanecem”. Distinguem-se os produtos exportados pelas empresas em destinos que “permanecem” em “adicionados” ( $AP$ ), “abandonados” ( $DP$ ) e que “permanecem”, ou seja as margens extensiva e intensiva ao nível da empresa ao longo da dimensão produto.

$$\sum_{z \in CD} \Delta Y_{zjt} = \sum_{v \in AP} \Delta Y_{vzjt} + \sum_{v \in DP} \Delta Y_{vzjt} + \sum_{v \in CP} \Delta Y_{vzjt}, \quad (3)$$

Substituindo as equações anteriores, podemos escrever a variação nas exportações portuguesas como:

$$\Delta Y_t = \sum_{j \in N} \Delta Y_{jt} + \sum_{j \in X} \Delta Y_{jt} + \sum_{j \in C} \left[ \sum_{z \in DD} \Delta Y_{zjt} + \sum_{z \in CD} \left[ \sum_{v \in AP} \Delta Y_{vzjt} + \sum_{v \in DP} \Delta Y_{vzjt} + \sum_{v \in CP} \Delta Y_{vzjt} \right] + \sum_{z \in AD} \Delta Y_{zjt} \right] \quad (4)$$

A variação percentual nas exportações totais é calculada dividindo cada termo na equação 4 por  $(Y_t + Y_{t-1})/2$ , i.e. a média entre as exportações em  $t$  e  $t-1$ <sup>7</sup>.

Os resultados desta decomposição são apresentados no Quadro 8. O quadro mostra que a variação anual nas exportações totais nominais é essencialmente determinada pela variação das exportações das empresas que permanecem, embora tal seja menos evidente na segunda metade do período. Por exemplo, esta foi a principal força subjacente ao abrandamento do crescimento nominal

(7) Tal como Eaton, Eslava, Kugler e Tybout (2007) explicam, o cálculo da taxa de crescimento como a variação entre duas datas dividida pelo nível médio nas duas datas, em vez da variação dividida pelo nível no período inicial tem pelo menos duas vantagens: (i) um crescimento percentual de  $x$  por cento seguido por um crescimento de  $-x$  por cento retorna a variável ao mesmo nível e (ii) níveis próximos de zero no primeiro ano têm um efeito menos extremo na taxa de crescimento.

Quadro 8

## DECOMPOSIÇÃO DA TAXA DE CRESCIMENTO DAS EXPORTAÇÕES PORTUGUESAS, MARGENS INTENSIVA E EXTENSIVA, 1997-2005

	Variação total	Margem extensiva			Margem intensiva
		Líquido	Entrada emp	Saída de emp	Permanência emp
1997-1998	6.2	0.9	2.2	-1.3	5.3
1998-1999	3.4	1.7	3.1	-1.4	1.7
1999-2000	13.6	2.9	4.1	-1.2	10.7
2000-2001	2.0	-0.3	2.9	-3.2	2.4
2001-2002	1.8	1.3	2.9	-1.6	0.5
2002-2003	2.4	0.9	2.5	-1.6	1.6
2003-2004	5.2	2.3	3.6	-1.3	2.9
2004-2005	0.4	0.8	3.0	-2.2	-0.5
Média	4.4	1.3	3.1	-1.8	3.1

  

	Permanência emp	Margem extensiva		Margem intensiva	
		Líquido	Dest adicionados	Dest abandonados	Permanência dest
1997-1998	5.3	0.8	3.9	-3.1	4.5
1998-1999	1.7	0.0	2.9	-2.9	1.8
1999-2000	10.7	0.0	2.9	-2.9	10.7
2000-2001	2.4	-1.5	2.7	-4.2	3.9
2001-2002	0.5	0.2	3.0	-2.8	0.3
2002-2003	1.6	0.9	3.3	-2.4	0.7
2003-2004	2.9	0.9	3.1	-2.2	2.0
2004-2005	-0.5	-1.2	2.8	-4.0	0.8
Média	3.1	0.0	3.1	-3.1	3.1

  

	Permanência dest	Margem extensiva		Margem intensiva	
		Líquido	Prod adicionados	Prod abandonados	Permanência prod
1997-1998	4.5	-0.1	3.2	-3.3	4.6
1998-1999	1.8	0.2	2.9	-2.7	1.6
1999-2000	10.7	0.8	3.7	-2.9	10.0
2000-2001	3.9	0.6	3.0	-2.4	3.4
2001-2002	0.3	-0.4	2.8	-3.2	0.7
2002-2003	0.7	0.4	3.6	-3.2	0.3
2003-2004	2.0	1.1	3.9	-2.8	1.0
2004-2005	0.8	-0.7	2.4	-3.1	1.4
Média	3.1	0.2	3.2	-3.0	2.9

Fontes: Dados de Comércio do INE e cálculos dos autores.

das exportações nos períodos 2000-2002 e 2004-2005. Este último período é caracterizado por uma menor contribuição das entradas líquidas, principalmente devido a um impacto maior do que o usual das empresas que saíram. Ao longo de todo o período 1997-2005, a média do crescimento anual nominal das exportações agregadas foi de 4.4 por cento. Um quinto deste crescimento médio é justificado pela margem extensiva na dimensão empresa. Eaton, Eslava, Kugler e Tybout (2007), utilizando dados para a Colômbia para o período 1997-2005, concluem que as empresas que permanecem justificam a maior parte das flutuações anuais nas exportações agregadas. Isto deve-se ao facto de as empresas que entram e que saem serem, tal como mostrámos no Quadro 2, muito mais

pequenas do que as incumbentes. No entanto, estes autores também referem que a entrada líquida de empresas no período da amostra representa um quarto da expansão acumulada nas exportações totais, enquanto a entrada bruta representa cerca de metade do crescimento total. Isto deve-se ao facto de os novos exportadores que sobrevivem apresentarem tipicamente fortes expansões nas vendas (ver Amador e Opromolla (2008)). Quando se considera o próximo nível de desagregação – destinos – observa-se que a margem intensiva, i.e. crescimento das exportações em mercados que permanecem, representa quase toda a margem intensiva na dimensão da empresa. No entanto, o contributo bruto dos destinos adicionados e abandonados para as empresas que permanecem é bastante alto. Deste modo, existe um elevado nível de reafecção de recursos económicos associada às alterações nos destinos. A decomposição ao nível do produto apresenta também alguns padrões interessantes. O contributo líquido de produtos adicionados e abandonados em empresas que permanecem é geralmente reduzido, mas o nível bruto de alterações é muito elevado. Bernard *et al.* (2006) analisam o crescimento real do produto nos EUA no período 1972-1997 e concluem igualmente que as empresas norte-americanas que vendem no mercado interno alteram a sua capacidade produtiva muito mais do que o reflectido no seu contributo líquido para o crescimento total. O papel dos produtos que permanecem em empresas que permanecem é crucial na explicação das variações no crescimento das exportações portuguesas.

## 5. CONCLUSÕES

Utilizando uma base de dados ao nível das transacções para o período 1996-2005, descreve-se o comportamento das empresas portuguesas em termos da decisão de exportar ou vender apenas para o mercado doméstico, dos produtos a exportar e dos países a alcançar. Alguns dos factos descritos estão em linha e reforçam as conclusões da ainda escassa literatura sobre heterogeneidade das empresas em termos de carteiras de produtos e destinos de exportação, enquanto outros são novos na literatura. O principal contributo deste artigo é a análise conjunta das dimensões produto e destino. Mostra-se que as empresas multi-produto e multi-destino são cruciais para a explicação do nível e taxa de crescimento das exportações portuguesas. Em particular, as empresas que exportam quatro ou mais produtos e operam em quatro ou mais mercados são responsáveis por mais de dois terços das exportações totais.

A carteira dos exportadores é muito diversificada em termos de duração de sectores e produtos. Mesmo quando os produtores são pequenos em termos da amplitude da carteira de exportações, vendendo apenas dois produtos para o exterior, em 50 por cento das ocasiões exportam produtos que pertencem a sectores diferentes (de acordo com a nomenclatura *Harmonized System* a dois dígitos). A carteira de produtos e destinos altera-se frequentemente ao longo do tempo. Com efeito, observa-se uma generalizada alteração de produtos e destinos de exportação, mesmo entre empresas com um ou dois produtos.

O crescimento das exportações agregadas foi decomposto de acordo com três margens: empresas, destinos e produtos. Mostra-se que enquanto a margem intensiva (vendas de produtos que permanecem por parte de empresas que permanecem em mercados que permanecem) tende a

representar a maior parte da variação anual das exportações, o contributo bruto das margens extensivas nos produtos e nos mercados (para empresas que permanecem) é tão importante como o contributo bruto das empresas que entram e saem das exportações, sendo ambas tão importantes como a margem intensiva.

## REFERÊNCIAS

- Amador, J., Cabral, S. e Opromolla, L. (2009), *Um retrato do comércio internacional português*, in *Banco de Portugal - Departamento de Estudos Económicos (ed.)*, "A economia portuguesa no contexto da integração económica, financeira e monetária", capítulo 5, 259-320.
- Amador, J. e Opromolla, L. D. (2008), "Product and destination mix in export markets", *Working Paper 17*, Banco de Portugal.
- Arkolakis, C. e Muendler, M. (2007), "The extensive margin of exporting goods: Firm-level analysis", Technical report, Yale University, *mimeo*.
- Bernard, A., Jensen, J., Redding, S. e Schott, P. (2007), "Firms in international trade", *Journal of Economic Perspectives*, 21(3), 105-130.
- Bernard, A., Jensen, J. e Schott, P. (2007), "Importers, exporters and multinationals: A portrait of firms in the U.S. that trade goods", *NBER Working Paper No. 11404*.
- Bernard, A., Redding, S. e Schott, P. (2006), "Multi-product firms and product switching", *NBER Working Paper No. 12293*.
- Bernard, B. A., Eaton, J., Jensen, B. e Kortum, S. (2003), "Plants and productivity in international trade", *The American Economic Review*, 93(4), 1268-1290.
- Centeno, M., Machado, C. e Novo, A. (2008), "A anatomia do crescimento do emprego nas empresas portuguesas", Banco de Portugal, *Boletim Económico-Verão*.
- Eaton, J., Eslava, M., Kugler, M. e Tybout, J. (2007), "Export dynamics in Colombia: Firm-level evidence", in E. Helpman, D. Marine T. Verdier, (eds), *The Organization of Firms in a Global Economy*, Harvard University Press, Cambridge, capítulo 8, 231-272.
- Eaton, J., Kortum, S. e Kramarz, F. (2007), "An anatomy of international trade: Evidence from French Firms", *NBER Working Papers No. 14610*.
- Eaton, J., M. E. M. K. e Tybout, J. (2009), "A search and learning model of export dynamics", *mimeo*.
- Gorg, H., Kneller, R. e Murakozy, B. (2007), "What makes a successful export?", *CEPR Discussion Paper No. 6614*.
- Iacovone, L. e Javorcik, B. (2008), "Multi-product exporters: Diversification and micro-level dynamics", *Policy Research Working Paper Series 4723*, The World Bank.
- Irrazabal, A. e Opromolla, L. (2008), "A theory of entry and exit into export markets", Banco de Portugal, *Working Paper 20*.
- Klette, J. e Kortum, S. (2004), "Innovating firms and aggregate innovation", *Journal of Political Economy*, Vol. 112, 986-1018.
- Mayer, T. and Ottaviano, G. (2007), "The happy few: The internationalization of European firms", *Intereconomics: Review of European Economic Policy*, 43(3), 135-148.
- Melitz, M. J. (2003), "The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity", *Econometrica* 71(6), 1695-1725.
- Mûuls, M. e Pisu, M. (2007), "Imports and exports at the level of the firm: Evidence from Belgium", *WP-114* National Bank of Belgium.
- Schott, P. (2004), "Across-product versus within-product specialization in international trade", *Quarterly Journal of Economics*, 119(2), 646-677.

## APÊNDICE 1

### BASE DE DADOS Definição dos produtos

Apresenta-se um exemplo de um produto a 4-dígitos da nomenclatura *HS*. Entre 21 possíveis, considera-se a Secção XVIII - instrumentos e aparelhos de óptica, de fotografia, de cinematografia, de medida, de controlo ou de precisão; instrumentos e aparelhos médico-cirúrgicos; artigos de relojoaria; instrumentos musicais; suas partes e acessórios, que inclui:

90 Instrumentos e aparelhos de óptica, de fotografia, de cinematografia, de medida, de controlo ou de precisão; instrumentos e aparelhos médico-cirúrgicos; suas partes e acessórios

91 Artigos de relojoaria

92 Instrumentos musicais; suas partes e acessórios

O terceiro nível, número 92, divide-se ainda em:

9201 Pianos, mesmo automáticos; cravos e outros instrumentos de cordas, com teclado

9202 Outros instrumentos musicais de cordas (por exemplo: guitarras, violinos, harpas)

9203 Orgãos de tubos e de teclado; harmónios e instrumentos semelhantes de teclado com palhetas metálicas livres (expt. instrumentos de cordas)

9204 Acordeões e instrumentos semelhantes, harmónicas de boca

9205 Outros instrumentos musicais de sopro (por exemplo: clarinetes, trompetes, gaitas de foles)

9206 Instrumentos musicais de percussão (por exemplo: tambores, caixas, xilofones, pratos, castanholas, maracas)

9207 Instrumentos musicais cujo som é produzido ou amplificado por meios eléctricos (por exemplo: órgãos, guitarras, acordeões)

9208 Caixas de música, órgãos mecânicos de feira, realejos, pássaros cantores mecânicos, serrotes musicais e outros instrumentos musicais não especificados em outra posição do presente Capítulo; chamarizes de qualquer tipo; apitos, cornetas e outros instrumentos, de boca, para chamada ou sinalização

9209 Partes (mecanismos de caixas de música, por exemplo) e acessórios (por exemplo, cartões, discos e rolos para instrumentos mecânicos) de instrumentos musicais; metrónomos e diapasões de todos os tipos

o que corresponde ao nível de desagregação considerada neste artigo.

## APÊNDICE 2

Apresenta-se aqui alguma informação adicional sobre a estrutura sectorial das exportações e exportadores portugueses. O Quadro 9 mostra a percentagem das exportações por sector no período amostral, enquanto o Quadro 10 mostra a percentagem de exportadores por sector.

**Quadro 9**

ESTATÍSTICAS RESUMO POR SECTOR				
Sector a 1 dígito	Total Exportações (percentagem)			
	1996	1999	2000	2005
Animais vivos e produtos do reino animal	1.5	1.5	1.6	1.7
Produtos do reino vegetal	0.8	0.8	1.2	1.3
Gorduras e óleos, animais ou vegetais, ceras, etc	0.7	0.4	0.5	0.6
Produt. das ind. alimentares, bebidas, tabaco, etc	4.3	4.3	4.5	4.9
Produtos minerais	3.4	2.5	2.5	5.6
Produt. das ind. químicas ou das ind. conexas	3.4	3.6	4.2	5.3
Plástico e suas obras, borracha e suas obras	2.5	3.2	3.9	5.3
Peles, couros, art. viagem, bolsas, etc	0.4	0.3	0.4	0.3
Madeira e cortiça e suas obras	4.6	4.8	4.8	4.5
Pastas de madeira, papel, cartão e suas obras	4.7	4.6	4.8	4.7
Matérias têxteis e suas obras	22.8	20.7	18.0	13.1
Calçado, chapéus, guarda-sóis, bengalas, etc	7.9	7.0	5.9	4.2
Obras de pedra, cerâmica, vidro e suas obras	3.9	3.7	3.5	3.7
Pérolas, metais preciosos, bijuteria, moedas, etc	0.4	0.4	0.3	0.2
Metais comuns e suas obras	3.9	4.9	5.5	7.6
Máquinas e aparelhos, material eléctrico	16.2	19.1	19.7	18.6
Material de transporte	15.6	15.4	15.0	14.3
Aparelhos de óptica, fotografia, relógios, etc	1.0	0.8	1.0	0.7
Armas e munições, suas partes e acessórios	0.2	0.2	0.1	0.1
Mercadoria e produtos diversos	1.7	1.8	2.3	2.9
Objectos de arte, colecção ou antiguidades	0.0	0.0	0.0	0.0
Outros	0.1	0.1	0.3	0.3

**Nota:** Títulos abreviados dos Capítulos da nomenclatura HS 1996.

## Quadro 10

## ESTATÍSTICAS RESUMO POR SECTOR – CONTINUAÇÃO

Sector a 1 dígito	Total Exportadores (percentagem)			
	1996	1999	2000	2005
Animais vivos e produtos do reino animal	2.5	2.1	2.0	2.1
Produtos do reino vegetal	2.4	2.3	2.0	1.8
Gorduras e óleos, animais ou vegetais, ceras, etc	0.6	0.6	0.5	0.4
Produt. das ind. alimentares, bebidas, tabaco, etc	5.1	4.8	4.5	4.2
Produtos minerais	1.2	1.0	1.0	1.1
Produt. das ind. químicas ou das ind. conexas	3.9	4.1	3.8	3.3
Plástico e suas obras, borracha e suas obras	3.8	4.0	4.2	3.9
Peles, couros, art. viagem, bolsas, etc	1.0	0.9	1.0	0.8
Madeira e cortiça e suas obras	4.8	4.4	4.0	3.4
Pastas de madeira, papel, cartão e suas obras	3.7	3.8	3.8	3.3
Matérias têxteis e suas obras	19.8	18.2	16.4	12.2
Calçado, chapéus, guarda-sóis, bengalas, etc	6.4	5.3	4.6	3.4
Obras de pedra, cerâmica, vidro e suas obras	8.0	7.6	7.3	5.7
Pérolas, metais preciosos, bijutaria, moedas, etc	0.7	0.7	0.8	0.5
Metais comuns e suas obras	5.9	6.5	6.4	6.2
Máquinas e aparelhos, material eléctrico	16.0	18.5	17.5	16.1
Material de transporte	3.9	4.8	9.1	22.2
Aparelhos de óptica, fotografia, relógios, etc	2.3	2.5	2.7	2.3
Armas e munições, suas partes e acessórios	0.1	0.1	0.1	0.1
Mercadoria e produtos diversos	6.4	6.6	7.2	6.3
Objectos de arte, colecção ou antiguidades	0.2	0.2	0.3	0.2
Outros	1.1	0.8	0.6	0.5

Nota: Títulos abreviados dos Capítulos da nomenclatura HS 1996.