

“Vamos vender a quem tem dinheiro”

Está na Finlândia e não percebe por que razão os empresários portugueses não escolhem aquele que é o melhor caminho para o mercado russo. Marco Cardoso explica-nos como fazer



Silvia Fernandes e Marco Cardoso

Nasceu em Angola há 45 anos, cresceu em Portugal mas um MBA na Noruega “empurrou-o” mais para Norte. Pelo casamento Marco Cardoso ganhou acesso privilegiado ao mercado finlandês onde passa parte do ano e para onde quer despertar os empresários portugueses. “Na Finlândia está sentado em cima de 2,8 triliões de dólares, contando 1,4 triliões do mercado russo e 1,4 triliões dos mercados nórdicos”, explicou à INVEST, comparando ainda com o valor dos mercados lusófonos, que estima valerem 2,4 triliões de dólares. Explicado o valor do mercado, Marco Cardoso lamenta que as empresas portuguesas não deem o devido valor a esta oportunidade.

Para o gestor o mercado da Finlândia é a porta de entrada óbvia para vários mercados nórdicos e para o russo, fundamental para quem queira exportar “a sério”, considera. “Vamos vender a quem tem dinheiro”, defende Marco Cardoso e isso, neste momento, são os russos. Empresário, gestor e formador, Marco Cardoso funciona como “embaixador de negócios” entre os mercados finlandês e português, além de estar ligado a várias organizações de carácter consultivo, como um género de câmara de comércio da região de Kymenlaakso.

Considerando que na Rússia falta tudo o que pode faltar a um país que foi fechado ao resto do mundo durante décadas, Marco Cardoso refere que a entrada naquele mercado pela Finlândia tem ainda como atrativo o facto de servir de “certificação”: para os russos, o que vem da Finlândia tem qualidade, explica.

Há ainda que ter em conta que o verdadeiro centro de negócios daquele país é S. Petersburgo, “que fica a 249 quilómetros da minha casa na Finlândia”, revela Marco Cardoso. O que permite, por exemplo, que os empresários portugueses criem empresas de base finlandesa, aproveitando os incentivos que existem para isso e também o “branding” de estar naquele país.

Este percurso, explica, deve ser feito por quem seja exportador e pode mesmo começar por um simples envio de catálogos e amostras, para testar a sensibilidade do mercado. O mais importante de tudo, resume, “é a dificuldade mental de não perceber a oportunidade que aqui está.”

Oportunidades em Moçambique

Silvia Fernandes já tinha chegado ao topo de carreira

enquanto jornalista quando percebeu que poderia aproveitar o facto de ser moçambicana de nascimento para capitalizar a mais-valia de conhecer os dois mundos (português e moçambicano). Uma das queixas contínuas que a levou a avançar com a criação de uma empresa de consultoria para fazer a ponte entre os dois mercados foi o facto de, muitas vezes, não existir mais do que troca de cartões de visita.

Para quem queira aproveitar o potencial do mercado moçambicano, Silvia Fernandes assegura que é fundamental um levantamento prévio e uma visita de pelo menos uma semana, com uma agenda de encontros para reunir com potenciais parceiros e clientes. “Sem consultoria de esplanada”, alerta, explicando que, no caso da CC&I, a consultora que dirige, há ainda um trabalho posterior de acompanhamento dos investimentos – para apoiar os primeiros meses depois da criação da empresa e antes de entrar mesmo em atividade.

Instada a definir para a INVEST as principais oportunidades daquele mercado, a consultora escolhe cinco grandes áreas: agro-pecuária; materiais de construção; pescas; turismo e restauração e lembra que, quer na construção, quer na restauração os portugueses têm grande

À procura dos mais influentes

O objetivo é encontrar os 300 portugueses mais influentes no estrangeiro e beneficiar dessa influência positiva para galvanizar negócios e ajudar as nossas empresas a entrar em determinados mercados, aumentando a credibilidade do País. A iniciativa tem à cabeça o empresário Filipe de Botton, presidente da Logoplaste.

Estes 300 portugueses influentes poderão fazer lobbing nos países de acolhimento e terão de ser encontrados entre quem viva fora do País há mais de três anos. Estão identificados quatro grandes pilares para criar esta lista: empresas, cidadania, artes e ciência.

A ideia de criar a associação Conselho da Diáspora Portuguesa partiu duma sugestão do Presidente da República, Cavaco Silva, que assume agora a presidência honorária do Conselho.

credibilidade no mercado moçambicano. Quanto às dificuldades exetáveis, Sílvia Fernandes destaca a forte especulação imobiliária; a existência de focos de corrupção; um certo oportunismo generalizado e a forte concorrência estrangeira, nomeadamente de chineses e indianos, além de alguns focos de insegurança.

Ainda assim, e sem esquecer que os primeiros tempos são particularmente difíceis, Sílvia Fernandes exorta as pessoas a tentarem entrar no mercado a fazer aquilo em que são bons. "Pensem em qualidade, não pensem que qualquer coisa serve porque vão para África", diz.

Aproveitar a diáspora

Ao contrário do que acontece com outras comunidades, os portugueses têm tirado pouco partido da diáspora, considera Jorge Santos, presidente da Nerlei – Associação Empresarial da Região de Leiria, que tem vindo a desenvolver iniciativas no sentido de criar uma rede de colaboração entre quem já está fora do País a fazer negócios.

"Não temos tirado partido dos portugueses pelo mundo", considera Jorge Santos, antecipando

algumas ideias, como a de criar redes que maximizem a existência de municípios geminados, associações empresariais ou a própria AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal.

O presidente da Nerlei considera que ter contatos privilegiados de portugueses que estejam noutra mercado pode ser determinante para mitigar o risco de investir noutros países – o que levou a associação a avançar, desde agosto último, com reuniões de trabalho que servem de montra para diferentes países e promovem contato com quem já está no terreno – de que é exemplo a presença em Leiria de Sílvia Fernandes e Marco Cardoso. O próximo passo da associação, explicou à INVEST, passará por promover uma rede de contatos efetiva.

Além destas iniciativas, a estratégia da Nerlei passa, para este ano, também pela realização de várias missões empresariais, nomeadamente a Moçambique (março), Rússia (maio), Polónia (outubro) ou Marrocos (novembro).

Séfora C. Silva



PLATAFORMAS DE TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO

Rede Urbana para a Competitividade e a Inovação do Pinhal Litoral



IPL
instituto politécnico de leiria

O INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA É PARCEIRO DA RUCI (REDE URBANA PARA A COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO DO PINHAL LITORAL)

- Criação e desenvolvimento de uma rede de partilha e transferência de conhecimento, com vista à aproximação das instituições de ciência e tecnologia e das empresas sediadas na região
- Realização de ações de sensibilização e a promoção nacional e internacional desta plataforma
- Gestão, dinamização e monitorização dos projetos
- Desenvolvimento de bases de dados sobre a produção de conhecimento



mais
CENTRO
Programa Operacional Regional do Centro

QR
QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICO NACIONAL
PORTUGAL 2007-2013



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

Consulte o Ipleiria

- > Mestrados
- > Licenciaturas
- > Cursos de Especialização Tecnológica
- > Pós-Graduações

www.ipleiria.pt