MEDIA MONITOR GRUPO MARKTEST

Data : 2008/12/11 OJE - PRINCIPAL
Título : É fundamental apoiar as empresas exportadas - Entrevista a ...
Tema :
Periodicidade : Diaria Âmbito : Especializada
Temática : Gestão/Economia/Negócios Imagem : 1/1

Pág. : 7
GRP :
Inv. : 5000.00
Tiragem :
Área : 84500 mm2

FÁTIMA VILA MAIOR

Responsável pela área de internacionalização da AIP

Foto: DR

"É FUNDAMENTAL APOIAR AS EMPRESAS EXPORTADORAS"

O Centro de Congressos de Lisboa acolhe hoje a iniciativa Portugal Exportador-Missão Exportar 2008. O objectivo é dar a conhecer oportunidades de negócio em mercados não tradicionais e de maior crescimento. Por **Almerinda Romeira**

No que consiste a iniciativa Portugal Exportador-Missão Exportar 2008?
O Portugal Exportador Fórum Missão Exportar é uma iniciativa AIP-CE, BES e AICEP, com o apoio da Cosec e da PLMJ. Tem como principal objectivo dotar as empresas portuguesas de ferramentas fundamentais para iniciar ou alargar as suas capacidades de exportação permitindo aos empresários uma "visão" integrada das vantagens da exportação, dos instrumentos, apoios e serviços públicos e privados ao seu alcance.

Quando foi lançada?
Esta iniciativa foi lançada em 2006, pois já nesta altura a AIP-CE considerava fundamental ajudar as empresas de forma a alargar a base exportadora nacional. Este fórum nasceu com o objectivo de apoiar as empresas portuguesas na decisão de se iniciarem na exportação despistando novas empresas e novos sectores potencialmente exportadores.

Esta edição realiza-se num momento particularmente difícil da economia mundial....
Neste contexto internacional especialmente desfavorável é fundamental apoiar as empresas exportadoras sobretudo dando a conhecer as oportunidades em outros mercados que não os tradicionais e onde as taxas de crescimento económico são mais favoráveis. Foram seleccionados mercados, relativamente aos quais as empresas poderão recolher informação estratégica relevante para a sustentação de um plano de internacionalização, como informação sobre mercados/sectores, trâmites legais, seguros de crédito, cadeias de distribuição, logística e transporte.

Que resultados apresentam quatro edições da iniciativa?
Nas edições anteriores (duas em Lisboa e uma em Braga e em Viseu), onde contámos com o apoio das Associações empresarias locais, tivemos a participação de mais de 3500 empresas, das quais cerca de 1500 afirmaram após o evento estarem motivadas para iniciar a sua actividade exportadora. Existem várias empresas inovadoras que não consideram a hipótese de exportar muitas vezes por falta de apoios, não só financeiros mas também por necessidade de capacitação técnica, de informação sobre outros mercados, de conhecimento. O risco de uma operação mal sucedida pode ser fatal sobretudo quando estamos a falar de PMEs que são basicamente o target deste evento.

Este ano, quais são os mercados considerados estratégicos para a internacionalização das empresas portuguesas? Como foi feita a escolha desses mercados?
Na actual conjuntura em que é expectável um abrandamento das economias que têm sido o principal destino de exportações é fundamental encontrar novas oportunidades em outros mercados. As empresas portuguesas têm pela frente um enorme desafio que passa por diversificar mercados e encontrar novos parceiros. A localização periférica de Portugal relativamente à Europa poderá ser uma vantagem competitiva tendo em conta que o nosso País está no centro do triângulo África, América do Norte e do Sul. Por outro lado, a nossa posição é estratégica na bacia do Mediterrâneo, quando consideramos as oportunidades que surgem dos países do Magreb até ao Médio Oriente. Tendo em contas as alterações no panorama económico mundial e o conhecimento que temos das capacidades das nossas empresas e empresários foram escolhidos 16 mercados. A saber: China, Líbia, Argélia, Marrocos, Venezuela, Angola, Moçambique, Brasil, EUA, Emirados Árabes Unidos, Índia, Rússia, Turquia; Tunísia, República Dominicana e África do Sul.

Falamos de oportunidades de investimento ou de mercados mais permeáveis às exportações portuguesas?
Cada País é abordado em função das oportunidades detectadas, que consideramos serem as mais relevantes. Estas oportunidades poderão ser de investimento, de exportação, de parceria com empresas locais, de reposicionamento de abordagem. Por exemplo, existirão mais oportunidades na Tunísia, mas neste mercado iremos dar a conhecer os mega projectos de infra-estruturas e construção que serão desenvolvidos nos próximos anos. (...)

Quem são os principais destinatários de Portugal Exportador-Missão Exportar?
O Portugal Exportador – Missão Exportar é dirigido a micro, pequenas ou médias empresas com potencialidade, que querem dar os primeiros passos de internacionalização e também a todas as empresas, que já tendo experiência exportadora, pretendem alargar as suas capacidades de exportação e conhecer as oportunidades em outros mercados alternativos.

Além de workshops, que outras actividades encontramos no Centro de Congressos de Lisboa?
Para além dos worshops (16) há também uma zona destinada a empresas e entidades ligadas a serviços cuja importância é decisiva para a competitividade das nossas exportações, tais como banca, seguros de crédito, consultoria, feiras e construção de stands e transitários. No espaço estão representados o Ministério das Obras Públicas Transportes e Comunicações, através da associação de portos e do Gablogis, diversas associações sectoriais e regionais, várias câmaras de comércio e embaixadas. A AIP, o BES e a AICEP têm espaço próprio, assim como a COSEC e PLMJ.

Em simultâneo decorrem os cafés temáticos, será apresentada a iniciativa PortugalTouch, bem como o Clube PME Internacional, cujo objectivo é a criação de uma rede de empresas que desenvolvam actividades de internacionalização.

Quais são os primeiros passos que uma empresa candidata à internacionalização pode dar já hoje?
O objectivo principal é a possibilidade que lhe é dada de poder recolher informação relevante para a sua tomada de decisão, ficar a saber quais os apoios e quais as entidades que a poderão ajudar nesse processo tendo a oportunidade de dialogar e colocar questões às entidades privadas ou públicas presentes.

Poderá igualmente ter acesso a vastíssima informação sobre vários mercados e ficar a conhecer as experiências e eventuais dificuldades com que se defrontaram outras empresas. Os cafés temáticos, orientados para a resolução de problemas concretos como o transporte ou a gestão do risco nas transacções em Angola, poderão ser também uma boa ajuda.

Ao longo destes anos, qual tem sido o trabalho desenvolvido pela área de internacionalização da AIP no abrir de portas dos mercados externos às empresas nacionais?
A área de internacionalização da AIP é vocacionada para apoiar as empresas pelo que tem organizado, ao longo destes anos, várias missões empresariais e participações colectivas em feiras em diversos mercados. Desenvolveu igualmente o projecto ASIEX (para mercados asiáticos), o Pme Internacional, projecto de capacitação focalizado em mercados da Europa e África, e mais recentemente o Portugaltouch, dirigido às empresas fornecedoras do sector de hotelaria e restauração.

Mas a grande mais valia, além do aconselhamento técnico, é a possibilidade de utilizar a sua network internacional (mais de 300) constituída por vários parceiros, na sua maioria também estruturas representativas dos empresários e com quem tem acordos de cooperação. A sua actividade em vários comités temáticos e conselhos empresariais em vários países é fundamental para a criação de uma network de conhecimento que coloca ao dispor das empresas.