

REPORTAGEM

Na Casa Angola Internacional, a próxima formação é em mandarim

As vendas de empresas portuguesas a Macau estão a aumentar mais de 30% em 2011, e não se limitam só a vinhos e alimentos. Mas a rede da lusofonia nem sempre passa por Lisboa

ISABEL AVEIRO,
EM MACAU*
ia@negocios.pt

Com as duas mãos, Rui Pedro Moreira entrega o seu cartão de visita, escrito nas duas línguas oficiais de Macau. Com vários anos de idas e vindas ao território, o presidente executivo da Casa Angola Internacional já domina o protocolo de negócios chinês. A companhia, criada há 79 anos e com sede em Moreira da Maia, vende vinhos, azeites, mas também laticínios para Macau. Em cinco anos de presença nesta parte da Ásia - Macau, Hong Kong e Xangai -, a área tornou-se no quinto maior mercado para esta "exportadora a 100%", com vendas anuais previstas de 12 milhões de euros em 2011. A região só é superada pelos EUA, Suíça, França e Angola.

Rui Pedro Moreira está, pela sétima vez consecutiva, na MIF - Feira Internacional de Macau. O evento, que em finais do mês passado contou com seis empresas portuguesas no pavilhão da AEP - Associação Empresarial de Portugal, serve essencialmente à companhia para fazer "o acompanhamento do agente" local que representa a Casa Angola Internacional. Mas visa ainda, garante o gestor, o "pré-lançamento de produtos" e a "prova pelos consumidores", nem sempre conhecedores dos vinhos portugueses. "Vimos para cá a pensar em Macau. Quem vem a pensar na China ou em Hong Kong está a desprestigiar Macau." Porque a visão da empresa é crescer em todo o país, no próximo ano a Casa Angola vai disponibilizar formação de mandarim aos seus colaboradores, com o apoio comunitário (FSE) - "é

fundamental", assegura.

"Vender barato não é solução"

Carlos Jorge, director comercial da sociedade Sabores das Quinas, avança, enquanto adia mais uma conversa de negócios durante a feira: "estamos à procura de um importador" para Macau e para a China continental. O representante da empresa exportadora de produtos alimentares congelados e de pastelaria tradicional portuguesa, que este ano terminará com uma facturação de quatro milhões (mais 80% do que em 2010), garante que "ainda há muita coisa para fazer" na região. A sociedade das Quinas já aprendeu com a experiência. As coisas "não correram bem" numa investida recente, e a empresa alterou a sua estratégia: "apostamos na qualidade" e em "novos parceiros", e "criamos de raiz uma marca própria". Para Macau, defende, "vender barato não é solução. Se vendermos as coisas sem qualidade, estamos a curto prazo". A estratégia, aparentemente, está a compensar: Cantão, Filipinas e Japão poderão, em breve, ter também pastéis de nata ou pudim abade de Priscos desta empresa da Maia.

Uma rota diferente foi iniciada pela ATP - Atlântico Trade Partners, que em Outubro abriu uma sucursal em Macau. A empresa de "trading", além de se dedicar à venda do "agro-alimentar português" a Macau, explica Pedro Lopes Pereira, "gerente da ATP Asia, vai comprar café verde (por torrar) ao Brasil, para fornecer os casinos da RAEM. Mas, nesse caso, a rota nem irá fazer paragem em Portugal.

*A convite do Turismo de Macau



Quem vem para Macau a pensar na China ou em Hong Kong está a desprestigiar Macau.

RUI PEDRO MOREIRA
CEO da Casa Angola Internacional

Vender barato não é solução. Se vendermos as coisas sem qualidade, estamos a curto prazo.

CARLOS JORGE
Director comercial
da Sabores das Quinas

PORTUGAL VENDE MAIS 36,4%

ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS LIDERAM COMPRAS DE MACAU AO PAÍS

Entre Janeiro e Setembro deste ano, a Região Administrativa Especial de Macau (RAEM) importou bens no valor de 133,14 milhões de patacas (11,9 milhões de euros ao câmbio de sexta-feira) provenientes de Portugal (contabilizadas pelas estatísticas locais, tendo por base o País como origem do produto). O valor representa uma subida de 36,4% face aos primeiros nove meses do ano e espelha o crescimento recente nas importações macaenses, explica Mariana Oom, delegada da Aicep no território. "Os vinhos têm crescido bastante; os medicamentos, que também eram, tradicionalmente, um produto que exportamos bastante para Macau, têm estado mais ou menos estáveis; e depois há material eléctrico e electrónico que também tem algumas oscilações,

mas que se tem mantido sempre constante. O vestuário também oscila". De acordo com os últimos dados, os vinhos tintos, brancos e do Porto representam cerca de 40% do valor comprado a Portugal por Macau. Seguem-se os laticínios, cabos eléctricos, medicamentos, águas minerais e enchidos. Embora reconheça que os valores em causa são "relativamente pequenos", Mariana Oom garante: "O que sentimos é um interesse crescente, quer das empresas portuguesas por este mercado, quer da China como de Macau. Macau tem sempre esta ligação que eu acho que nunca se perderá. Mas sobretudo [há interesse] da China, muitas vezes através de Macau, por Portugal e pelos produtos portugueses. E isso nota-se", garante a mesma responsável.



Nova vaga de portugueses para Macau?

Na Ponte 16, no Porto Interior de Macau, onde hoje a Sofitel gere um hotel de mais de 400 quartos, situava-se antes a porta de entrada de muitos visitantes provenientes de Hong Kong, antes do terminal ser mudado para mais perto do aeroporto. Hoje, confirma Mariana Oom, "há muita gente que tem pensado em Macau", também para sair da crise em Portugal. Muitos dos contactos que a delegada da Aicep tem recebido são de "pessoas que têm o BI de Macau" e que saíram antes da passagem do território da administração de Portugal para a China, em 1999. O português ainda é língua oficial no território, algo que tem de ser contemplado na publicação legislativa, dando vantagem a quem o domina. Mas, aqui, saber o mandarim (língua oficial) ou o cantonês "faz toda a diferença".

PERGUNTAS A...

● **MANUEL CARVALHO**
CÔNSUL-GERAL DE PORTUGAL EM MACAU

“Portugueses que estão aqui são activo para o País”

Grande parte da importância que a China dá às relações com os países de língua portuguesa tem base económica?

É por tudo. A China é um país muito grande e a sua agenda visa criar espaços para as suas relações comerciais com os países de língua portuguesa, seja no sentido da exportação, seja no sentido da importação. Muitos desses países de língua portuguesa são particularmente importantes para o modelo da China como fornecedores de matérias-primas. Garantir que esses conhecimentos não falham é importante para a China. E a partir do momento em que o “gap” cultural entre a China e os países de língua portuguesa é grande, ter uma pequenina ajuda de um território que é chinês e em que esse legado de língua portuguesa existe é, para a China, um activo a preservar, e que preserve. Tem a ver com o nosso capital relacional português – às vezes, lá em Portugal, não temos essa memória. Estamos um bocadinho amnésicos e enfiados nos nossos problemas.



Manuel Carvalho é cônsul-geral de Portugal em Macau desde Fevereiro de 2009.

Existe aqui uma coisa que a maior parte das pessoas em Portugal simplesmente ignora.

MANUEL CARVALHO
Cônsul-geral em Macau

... que são grandes...

Que são grandes, mas esquecemos por vezes os nossos bons tempos. E que aqui se vê. Porque a China não fazia isso – não conheço a China a fazer isso com mais nenhum país europeu, ou nenhuma outra cultura europeia.

Pacífico. Esse posicionamento, que fazia todo o sentido no século XVI, faz todo o sentido no século XXI.

E existe agora disponibilidade e dinâmica de Portugal para explorar essa confiança que tem na China?

Acho que sim, mas depende de fazer um bocadinho de esforço nesse sentido e de estar consciente da oportunidade e, ao mesmo tempo, da fragilidade. Há aqui uma comunidade portuguesa que está viva e inserida na China. Os portugueses que aqui estão ambientaram-se a esta geografia, sabem onde fica Cantão, Xangai ou Pequim e como lá chegar. Sabemos onde é que se apanha o comboio. Isto é um activo. Um certo esforço, do lado de lá, é olhar para este activo e ligar. Existe aqui uma coisa que a maior parte das pessoas em Portugal simplesmente ignora.

Mas isso baseia-se também na confiança?

Sim, uma base de confiança de mais de 400 anos. Fizemos também aqui coisas muito complicadas e vivemos momentos difíceis com a China. Mas não nos ocorreu ir a Pequim e queimar o Palácio de Verão. E a outros passou. De entre os estrangeiros com os quais a China teve de aprender a lidar, somos aqueles com quem foi possível estabelecer uma relação, discreta, pequenina – Macau é muito longe, está muito excêntrico ao continente chinês, mas muito central para aquilo que queríamos, e na região do Sudeste asiático e da Ásia-

Macau, Hong Kong e China são três mercados diferentes

“Não podemos ter ilusões: não basta chegar a Macau para pensar que se conquistou a China. Macau é um ponto pequenino, específico, que é uma China fora da China”, explica Manuel Carvalho, cônsul-geral de Portugal naquele território.

Mariana Oom, delegada da Aicep para Macau e Hong Kong, concorda: “O facto de se começar por Macau não significa que tudo fica mais fácil na entrada da China, nem é obrigatório. A China é um mercado suficientemente grande para poder ser trabalhado directamente sem passar por Macau”. Macau, Hong Kong e a China continental são três mercados diferentes, apesar de serem o mesmo país – “Macau deve ser tratado como Macau, o que não significa que, como base, não seja excelente, quer para Hong Kong quer para a China”.

“Daí estarmos sempre a insistir que é um investimento de longo, médio prazo. É um mercado que tem que

ser trabalhado com grande proximidade”, explica a delegada da Aicep. Nos “mercados asiáticos, em particular a China”, explica, “os negócios não se fazem, necessariamente, de forma imediata. Leva tempo, é preciso as empresas ganharem confiança, fazer várias visitas ao mercado e também dar algum apoio aos agentes, para que um agente – que representa, se calhar, produtos de vários países – não esqueça, e isso nem sempre acontece”. Quando as empresas perdem esta proximidade de vista, os negócios tendem a esmorecer.

Em Macau, “uma empresa que queira abrir uma sucursal tem um apoio do governo [da RAEM] muito diferente do que encontrará em Hong Kong” – um mercado “muito mais competitivo”, mas também muito maior. O que não assusta os 20 produtores portugueses que a Vini-Portugal e a Aicep acompanharam à maior feira de vinhos de Hong Kong este fim-de-semana.



Mariana Oom é delegada da Aicep para Macau e Hong Kong desde o início deste ano.

Macau deve ser tratado como Macau, o que não significa que, como base, não seja excelente.

MARIANA OOM
Delegada da Aicep Macau e HK