



negócios **mais.**  
edição especial

- ✓ **DEBATE**  
Precisa-se de novos  
“Descobrimientos”
- ✓ **INVESTIMENTO**  
Energia e construção civil  
têm mercado no Brasil

Este suplemento é parte integrante do Jornal de Negócios nº 2280,  
de 26 de Junho de 2012, e não pode ser vendido separadamente

**VEJA MAIS EM NEGOCIOS.PT**

Conheça os vencedores dos Prémios Internacionalização

# Empresas que nasceram ‘local’ mas crescem no mercado global



Miguel Baltazar

Pub



**PRÉMIOS • EXPORTAÇÃO  
& INTERNACIONALIZAÇÃO**



**BANCO  
ESPIRITO SANTO**

**negocios**  
JORNAL

## Prémios Internacionalização

MESA REDONDA

# Precisa-se de um novo período de Descobrimentos, agora com negócios na mala

Mudar de paradigma e transformar o conhecimento, adiplomacia e a cultura em lucros económicos. Esta pode a via para dar o verde às exportações

**JOÃO CARLOS MALTA**  
joaomalta@negocios.pt

Olhar para os indicadores das exportações é dos poucos números que não proporcionarão deslocamentos de retina aos governantes e aos economistas nacionais. Ainda assim, Alberto Castro não entra em euforia, e alerta para o caminho que ainda há a fazer. Portugal continua a comparar mal neste item, com países da mesma dimensão.

Durante a mesaredonda, na cerimónia de entrega dos prémios Internacionalização do BES e do Negócios, o economista, Alberto Castro, alertou para que “devíamos exportar mais”. “Temos muitas exportações que são quantitativamente importantes, mas trazem pouco valor acrescentado. Há grandes empresas exportadoras que não acrescentam muito ao PIB”, acrescentou o membro do júri.

Ainda assim, o professor da Universidade Católica deixa uma mensagem de esperança com reminiscências do passado. “Se olharmos

para a história, os empresários quando são confrontados com desafios, são capazes de romper com uma inércia alimentada pelo Estado e pela sua omnipresença, e fazer-se ao mundo”, lembrou. E o presente, traz ainda mais uma vantagem competitiva. “Hoje as empresas têm gente mais qualificada e mais nova, que tem um visão mais cosmopolita”, identificou.

Também o embaixador brasileiro, Mário Vilalva, reforçou a importância de instalar uma cultura exportadora em Portugal, e acredita que as relações bilaterais vivem um momento de transformação histórica. “Finalmente vamos transformar o capital que acumulamos durante séculos, em que a língua, a cultura e a política tinham campos de convergência”, evidenciou o diplomata.

Em época de ataque às privatizações, Vilalva diz que o país não tem preferências. “Não há um sector estratégico que o Brasil esteja especificamente interessado. Está interessado em trazer investimentos que tragam dinheiro”, dando

como exemplo a Embraer que catalogou de “investimento de categoria mundial”.

### As dificuldades de criar emprego

No painel de oradores estavam os presidentes de duas empresas que venceram a primeira edição do prémio internacionalização. José Manuel Fernandes, líder da Frezite, afirmou que este ano, em contraciclo, foi de “crescimento”. “Criámos 25 postos de trabalho, metade dos quais são engenheiros”, enunciou. No entanto, mesmo numa altura em que o desemprego galopa a uma velocidade nunca vista, há um paradoxo evidente.

“Temos mais gente para recrutar. Neste momento preciso de pessoas qualificadas, e o meu país não consegue prepará-las e não está interessado em responder a essa necessidade”, evidenciou o empresário. Para o industrial da Trofa nem é preciso ser revolucionário. “Não precisamos de inventar nada. Precisamos é de fazer ‘benchmarking’ com a Alemanha,

porque eles adoptaram soluções que nós estamos a ensaiar”, enfatizou.

Já o presidente da Cotesi, Pedro Violas Sá, referiu que altura é de ser “audaz”, referindo que a crise se escreve com diferentes entoações. “Está mais difícil, o que não quer dizer que não se cresça. Não há regras gerais para todas as empresas. Estamos mais dependente dos países em que estamos, e não em Portugal”, disse o empresário.

### Futebol, PIB, “eurobonds”

Desafiados a identificar os desejos para o próximo ano, Alberto Castro pediu aos líderes europeus para tomar medidas de controlo do sistema financeiro e promover a criação de “eurobonds”. Vilalva quer que o acordo de livre comércio entre o Mercosul e a União Europeia seja uma realidade, e o presidente da Frezite, José Manuel Fernandes deseja um país com um PIB a passar o limiar do zero. Por fim, o líder da Cotesi espera que Portugal ganhe o Euro de futebol, para os portugueses porem o país a rolar.



Problemas e soluções | Diplomacia, economia e gestão estiveram reunidas no painel de oradores dos Prémios Internacionalização.

Criámos 25 postos de trabalho, metade dos quais são engenheiros.

**JOSÉ MANUEL FERNANDES**  
Presidente da Frezite

Temos muitas exportações que são importantes, mas trazem pouco valor acrescentado.

**ALBERTO CASTRO**  
Economista

Miguel Baltazar



Os números das exportações são encorajadores, mas é preciso saber ler nas entrelinhas.

## “Ainda há muito espaço para investimentos portugueses no Brasil”

JOÃO CARLOS MALTA



O embaixador do Brasil, Mário Vilalva, abre a porta às empresas de energia e construção.

passado e gostei muito da experiência. Fez-me lembrar os tempos em que o Brasil procurava também criar uma cultura exportadora nas empresas do país. Isso aconteceu no fim da década de 90 e no início da presente década, em que o Brasil chegou aos 100 biliões [mil milhões] de dólares. Actualmente, deu um salto e chegou aos 500 biliões [mil milhões] de dólares. Portanto, esta experiência no júri fez-me lembrar os momentos em que também através destes mecanismos procurávamos estimular as empresas a terem

pelo menos 30% da facturação nos mercados exteriores.

**Portugal vive um momento economicamente complicado. Como é que os brasileiros vêem Portugal?**

Os brasileiros têm acompanhado o que se passa na Europa como um todo, não apenas Portugal. Nós olhamos para esta situação com preocupação, a Europa é um grande parceiro do Brasil com 20% do comércio externo que realizamos. Mas também 20% do investimento feito no nosso país vem da Euro-

pa. Olhamos a Europa como uma fonte de criatividade e de soluções para esta crise. O Brasil também já passou por uma crise deste género nos anos 80, e a Europa tem os instrumentos para a ultrapassar agora. Penso que é apenas uma questão de tempo, e das soluções aparecerem.

**Há progressos nas empresas que concorrem?**

Nitidamente. Os resultados deste ano são muito importantes e estimulantes. São resultados merecedores do conjunto das empresas que estão a esforçar-se para exportar mais e os resultados estão aí. Portugal está a exportar mais este ano, e são resultados que dão alento. Portanto, eu vejo que o resultado deste ano [das empresas que participaram no prémio organizado pelo Negócios e o Banco Espírito Santo], corresponde aos esforços que o país está a fazer.

**O que falta a Portugal para ter uma real cultura exportadora?**

O país precisa de acreditar nele mesmo. No Brasil faltava um pouco disso. É importante que os empresários se consciencializem que não basta actuarem no mercado interno. No Brasil conseguimos isso. Tínhamos um mercado interno bastante grande, e havia uma certa acomodação em vender para o mercado externo, uma vez que as empresas podiam fazer lucros no mercado interno. Em Portugal, também é preciso que os empresários deixem de estar acomodados em apenas venderem para o mercado interno, ou mesmo somente para o mercado europeu. Portugal tem essa possibilidade, até mais do que outros países europeus, porque tem uma visão ecuménica. Vê o mundo a partir do Brasil, da Índia, da China, do Japão, ou de África. É muito mais fácil para os empresários portugueses aventurarem-se em outros mercados, que não somente o mercado interno e o mercado europeu.

**Fala-se hoje mais do investimento do Brasil em Portugal através das privatizações, do que o contrário. Mas há ainda sectores em que o investimento português seja atractivo para o vosso país?**

Portugal investiu muito no Brasil nos últimos 20 anos. O “stock” do investimento português no Brasil já ascende a 25 biliões [mil milhões] de euros. Não é pouco. Mas depois dos governos de Fernando Henrique Cardoso e Lula da Silva houve um grande estímulo para que os empresários brasileiros se internacionalizassem. Hoje temos investimentos na Europa, na China, e temos muitos interesses nos países vizinhos da América do Sul. Mas também já estamos em Portugal, e a crescer em Portugal, com três biliões [mil milhões] de euros investidos. Estou em crer que estamos a

É muito mais fácil para os empresários portugueses aventurarem-se em outros mercados, que não somente o mercado interno e o mercado europeu.

O Brasil tem procurado estimular o investimento português através de missões empresariais.

viver um momento mágico nas relações entre os dois países. Em relação a novos investimentos portugueses no Brasil, considero que ainda há muito espaço. A economia brasileira é suficientemente grande e suficientemente diversificada para abrigar investimentos de países amigos, como Portugal. Na cadeia produtiva, as PME são extremamente importantes e o Brasil tem procurado estimular o investimento português através de missões empresariais.

**Destaca algum sector mais apelativo para o investimento português?**

Penso que podemos destacar os sectores estratégicos como o da energia, e dentro deste sector há uma multiplicidade de áreas em que Portugal tem vantagens competitivas, como no caso das energias renováveis. E na construção civil onde há muito espaço, tendo em conta os grandes eventos que vão ser realizados no Brasil no próximos anos. Sugiro que os empresários interessados e que queiram investir, visitem a Embaixada.

**Qual é o balanço que faz da sua participação como júri do prémio PME Internacionalização?**

Esta já é a minha segunda participação, porque já fui júri no ano

# Prémios Internacionalização

SAIR DE PORTUGAL

## “Temos de aumentar a dimensão das empresas portuguesas”

Exportadoras têm alcançado resultados assinaláveis, mas ainda não suficientes para a economia nacional

JOÃO CARLOS MALTA E ANA LARANJEIRO

O destino dos países raramente se joga na dialéctica do tudo ou nada, no entanto há momentos mais decisivos do que outros. Foi precisamente isso que os organizadores dos prémios internacionalização e exportação frisaram na cerimónia que distinguiu as empresas vencedoras. As portas de saída para a exportação e internacionalização têm de se escancarar, para por aí passarem o maior número de empresas.

O administrador do BES, Antó-

nio Souto, começou por referir que o “crescimento depende da capacidade das nossas empresas de se internacionalizarem e de internacionalizarem os seus produtos”.

O gestor elogiou o caminho percorrido até ao momento, mas sublinhou que o mesmo não é suficiente. As exportações portuguesas continuam a crescer, e nos últimos dados conhecidos subiram 9,7% face ao período homólogo do ano anterior. No entanto, no primeiro tri-

mestre, não valeram mais de 37,4% do PIB. Há mais dois pontos a rever: primeiro, o parco número de empresas que exporta, apenas 5,6% do total, e em seguida, o excessivo peso de poucas empresas nas vendas para o exterior, 80% do valor exportado concentra-se num pequeno grupo de empresas

“Portugal tem de conseguir que as exportações ultrapassem os 40% do PIB, brevemente, e aumentar o número de empresas que expor-



António Souto | O administrador do BES referiu que é urgente que as exportações



**China e Rússia, de início, exigiram uma persistência a toda a prova.**

VÍTOR RIBEIRO  
CEO Amorim & Irmãos



**A partir de determinado limite não é possível crescer em Portugal.**

BENTO CORREIA  
CEO Vision Box



### Amorim & Irmãos

“Esperamos consolidar posições nos mercados de maior crescimento”

**Que balanço faz do processo de internacionalização da Amorim?**

É um balanço extremamente positivo. Temos, ao longo dos anos, conseguido consolidar uma liderança mundial, com 32% do mercado mundial de cortiça e 22% do mercado de vedantes. Continuamos a pensar que ainda vamos aumentar a nossa quota de mercado.

**Que desafios esperam ter pela frente e que mercados esperam atingir?**

Temos os nossos rivais do plástico e do alumínio a quem temos de

continuar a ganhar quota de mercado e temos de consolidar a nossa liderança contra esses rivais. Esperamos consolidar posições nos mercados de maior crescimento como China e Rússia, nunca esquecendo a relevância dos mercados tradicionais.

**São mercados distantes. Tiveram dificuldades nesses países?**

Na China, temos a Amorim Cork Beijing há mais de 20 anos e na Rússia também estamos há muitos anos. São países que, de início, exigiram uma persistência a toda a prova.

### Vision Box

“Internacionalizar exige convicção, conhecimento e alguma arrogância”

**Como é que Portugal é visto lá fora?**

A nossa actividade tem sido em torno do controlo automático de fronteiras e da segurança electrónica, uma área muito complicada em termos internacionais. Requer a confiança dos clientes, o reconhecimento do “know-how”, da tecnologia e da capacidade de conduzir e de levar a bom porto projectos complexos em áreas tecnologicamente avançadas, nas quais Portugal não é reconhecido internacionalmente.

**Internacionalizar era uma obrigação?**

Na nossa área, se não se cresce, morre-se. Mas não é possível crescer em Portugal a partir de um determinado limite, daí que a internacionalização seja a saída natural.

**Que desafios encontrou quando foi para fora?**

Não é muito difícil desde que haja convicção, conhecimento e alguma arrogância para assumir que os outros não são melhores que nós. Depois dos primeiros eventos e contactos, as portas começam a abrir-se.

### Marques SA

“Tínhamos necessidade maior influência nos

**Porque tomaram a decisão de se internacionalizarem?**

Tínhamos necessidade de exercer uma maior influência nos mercados onde queríamos chegar. A primeira internacionalização foi Marrocos porque queríamos atingir todo o mercado do Magrebe.

**Já estão em Marrocos há vários anos?**

Já. O mercado marroquino é muito indisciplinado. Não podíamos alinhar por esse esquema e tivemos dificuldades em garantir a sustentabilidade do investimento.



Miguel Baltazar

tam”, formulou o administrador do BES. Aliás, para António Souto é absolutamente imperioso que “as empresas portuguesas aumentem a sua dimensão”, recorrendo à capitalização, neste momento mais complicada, ou através do criação de parcerias.

O responsável do banco referiu ainda que, actualmente, “o PIB potencial é diminuto em Portugal”. “Precisamos de maior investimento das empresas, e maior produtividade”, rematou.

#### Para Portugal não se adiar

Já para o administrador da Cofina Media, Luís Santana, a afirmação da economia nacional “passa pelo incremento das exportações e da capacidade de internacionalização”. “Para que Portugal não seja um projecto irremediavelmente adiado, este é um momento único para criar, ousar, exportar e para acreditar nas capacidades das empresas e empresários nacionais”, acrescentou Santana.

O administrador do grupo que detém o **Negócios** aproveitou ainda para tecer elogios aos empresários que participaram neste prémio, e que “servem de modelo e inspiração para outros”. Luís Santana reforçou o peso do presente. “É o momento em que se joga o futuro das próximas gerações”, rematou.

portuguesas passem a valer mais de 40% do PIB.



## Era impossível em Portugal manter o nível de crescimento.

**RUI RODRIGUES**  
Administrador da Cândido José Rodrigues

## Cândido José Rodrigues “Cada país requer uma estratégia e abordagem diferentes”

#### Há quantos anos estão fora e porque tomaram essa decisão?

O primeiro processo deu-se em 2005. A necessidade de internacionalizar teve como base a percepção que era impossível em Portugal manter um nível de crescimento como se vinha a verificar. Tínhamos presente que os fundos de apoio ao desenvolvimento das infra-estruturas do País teriam tendência a, gradualmente, acabar para o sector da construção. Neste previsível enquadramento recessivo, o futuro

das empresas resumir-se-ia a três possíveis cenários: desaparecimento, redimensionamento ou internacionalização.

#### Foi difícil entrar nesses mercados?

A abordagem a novos mercados é sempre difícil, quer pelas diferenças culturais, problemas logísticos, diferentes realidades legais, protecção, carga fiscal, entre muitos outros. Não existem países iguais e cada um requer uma estratégia e abordagem diferentes.

## O mercado marroquino é muito indisciplinado.

**MANUEL RODRIGUES**  
Presidente Marques SA



## Mantemos a ideia de abrir o capital da empresa.

**MARTIM MENEZES**  
Administrador TIMWE



## Neste tipo de segmento, temos de ser credíveis.

**FRANCISCO ALMADA-LOBO**  
CEO Critical Manufacturing

## ade de exercer mercados”

#### Estão apenas em Marrocos?

Não, a seguir fomos para a China porque sofremos o ataque dos produtos chineses de baixo preço e que eram incorporados nas nossas fechaduras.

#### Em Marrocos não estão habituados aos portugueses?

São sociáveis e aceitam bem [os portugueses]. Não tenho muito que me queixar. Tenho mais que me queixar do Brasil. O protecçãoismo faz parte da mentalidade brasileira.

## TIMWE “Fora da Europa, é na América Latina e em África que apostamos”

#### A empresa desde cedo que está nos mercados externos, nomeadamente fora da Europa. Que balanço faz?

Sempre foi muito forte a aposta na América Latina, sendo que o principal país hoje, em termos de facturação, é o Brasil. Fora da Europa, é na América Latina e em África que a empresa aposta forte e que tem a maior parte dos resultados.

#### Como é que reagem os clientes quando descobrem que é portuguesa?

Não pensamos que somos uma empresa portuguesa. Desde o início

que se pensou em grande e se pensou que éramos uma empresa internacional.

#### A TIMWE há um ano tinha o objectivo de entrar para o Nasdaq. Em que fase está esse processo?

Esse processo, por limitação legal, não posso falar sobre ele.

#### Mas mantêm o objectivo?

Mantemos a ideia de abrir o capital da empresa, ver-se-á em que condições, quando e onde também.

## Critical Manufacturing “Estamos num processo de tentativa de ganharmos o mercado português”

#### Como é ser uma empresa portuguesa a trabalhar em tantas geografias?

A nossa história vinha de uma multinacional onde nós fazíamos um bocadinho isto, ou seja, desenvolver soluções avançadas para indústrias muito complexas por todo o mundo. Foi perfeitamente normal entrarmos nestes países onde estávamos já a trabalhar e onde há indústria mais complexa, mais avançada.

#### Que desafios encontraram?

Há questões culturais que é ne-

cessário ultrapassar. Não há outra forma de ultrapassar estas questões que não seja através de parcerias com pessoas e com instituições locais. Neste tipo de segmento, temos de ser credíveis.

#### Que desafios se seguem?

Nós, em vez de estarmos num processo de internacionalização, estamos num processo de tentativa de ganharmos o mercado português. É uma coisa que pode parecer estranha, mas para nós é extremamente importante.

# Prémios Internacionalização

## OS VENCEDORES

Foram entregues na semana passada, no hotel Ritz em Lisboa, os Prémios Internacionalização, uma iniciativa conjunta do Negócios e do Banco Espírito Santo, numa cerimónia que contou com centenas de convidados e distinguiu seis empresas nos três prémios em jogo. Na edição deste ano, participaram 102 concorrentes.

MIGUEL BALTAZAR Fotografia



**Premiar o mérito**  
Centenas de pessoas estiveram presentes na entrega dos prémios que permitiu também a troca de experiências entre os empresários e os outros convidados do evento.





A Amorim & Irmãos, pelas mãos do CEO Victor Ribeiro, recebeu o Prémio Grande Empresa (em ex aequo), entregue por António Souto, administrador do BES.



A TIMWE, representada por Francisco Catalão, recebeu o Prémio Grande Empresa (em ex aequo), de Luís Santana, administrador da Cofina.



Manuel Rodrigues, presidente da Marques SA, recebeu o Prémio PME, entregue pelo embaixador do Brasil em Portugal, Mário Vivalva.



Rui Rodrigues, da Cândido José Rodrigues, recebeu a menção honrosa do júri nos Prémios PME, de Helena Garrido, directora-adjunta do Negócios.



A Critical Manufacturing ganhou o Prémio Revelação. O CEO Francisco Almada-Lobo recebeu o galardão do economista Alberto de Castro.



A Vision Box ganhou o Prémio Revelação (em ex aequo com a Critical). Bento Correia, presidente, recebeu a distinção de Bernardo Espírito Santo, do BES.

# PREMIAR E PROMOVER O SUCESSO DAS EMPRESAS NACIONAIS



PRÉMIOS • EXPORTAÇÃO  
& INTERNACIONALIZAÇÃO



BANCO  
ESPIRITO SANTO

**negocios**  
JORNAL

## EMPRESAS PREMIADAS NA CATEGORIA INTERNACIONALIZAÇÃO

### GRANDES EMPRESAS

Vencedores:

**TIMUE**



### PME

Vencedor:



Menção Honrosa:



### PRÉMIO REVELAÇÃO

Vencedores:



APOIO:  
coface®

<http://premioexportacaointernacionalizacao.negocios.pt>